



BACHELORARBEIT

Frau
Lena Christin Wanders

**Das Phänomen der
Facebook-Revolutionen**

2011

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Das Phänomen der Facebook-Revolutionen

Autorin:

Frau Lena Christin Wanders

Studiengang:

Angewandte Medienwirtschaft

Fachrichtung:

Sportjournalismus/ Sportmanagement

Seminargruppe:

AM08wJ2-B

Matrikelnummer:

26236

Erstprüfer:

Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

Zweitprüfer:

Prof. Peter Gottschalk

Einreichung:

Recklinghausen, den 23.12.2011

Faculty of Media

BACHELORTHESIS

The phenomenon of the facebook revolutions

author:

Ms. Lena Christin Wanders

course of studies:

Angewandte Medienwirtschaft

branch of study:

Sportjournalismus/ Sportmanagement

seminar group:

AM08wJ2-B

matriculation number:

26236

first examiner:

Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

second examiner:

Prof. Peter Gottschalk

submission:

Recklinghausen, den 23.12.2011

Bibliografische Angaben

Wanders, Lena

Das Phänomen der Facebook-Revolutionen

The phenomenon of the facebook revolutions

59 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2011

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis.....	5/6
Abkürzungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	8
1.0 Einleitung.....	9/10
2.0 Entwicklung des Gebrauchs der Medien / Wechselwirkung	
Medium – Gesellschaft (Epochale Rolle der jeweiligen Medien).....	10/11
2.1 Von der Erfindung des typographischen Drucks bis zu den ersten Zeitungen.....	11-13
2.2 Medien und der Weg in die Moderne.....	13/14
2.3 Politik und Gesellschaft im Zeitalter der Illustrierten – und Massenpresse.....	14/15
2.4 Moderne, Weltkriege und Diktaturen.....	15/16
2.5 Die Erfindung des Fernsehens.....	17
2.6 Das Internetzeitalter aus medienhistorischer Perspektive.....	17/18
3.0 Die Entstehung von <i>Social Media</i> / - Geschichte und	
Entwicklung von Facebook	18-20
3.1 Infografik zur Entstehung von Sozialen Netzwerken.....	20-22
3.2 Die Entwicklung und Nutzung von <i>Facebook</i> im Überblick.....	23/24
4.0 Beispiele von „Facebook- Revolutionen“	25-26
4.1 Beispiel 1:	
Revolutionen in der arabischen Welt am Beispiel von Tunesien	26ff.
4.1.1 Übersicht der betroffenen Länder des sogenannten „Arabischen Frühling“	26-28
4.1.2 Die „Facebook- Revolution“ in Tunesien.....	28-32
4.2 Beispiel 2:	
Die „Spanische Revolution“ / „Movimiento 15-M“ (Bewegung 15. Mai).....	33-39
4.3 Beispiel 3:	
Die „mediale Jagd“ auf Karl-Theodor zu Guttenberg	39-44

4.4	Auswertung der drei Beispiele für „Facebook- Revolutionen“	
	> Gemeinsamkeiten / Unterschiede.....	45-47
5.0	Zusammenfassung	47-49
	Mein Fazit	50
	Mein Ausblick	51
	 Literaturverzeichnis	 52-54
	 Anhang	
	Erläuterungen zum benutzten „Internetvokabular“	55-58
	 Eigenständigkeitserklärung	 59

Abkürzungsverzeichnis

u.a. = unter anderem
rd. = rund
z. Tl. = zum Teil
d.h. = das heißt
i.d.R. = in der Regel
sogn. = sogenannt(e/n)
z.B. = zum Beispiel
lt. = laut
bzw. = beziehungsweise

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1

Übersicht der betroffenen Länder des sogenannten „Arabischen Frühling“/

Beginn der Unruhen und HauptursachenSeiten 26/27

Tabelle 2

Auswertung der drei Beispiele für „Facebook- Revolutionen“

> Gemeinsamkeiten / UnterschiedeSeiten 45-47

Abbildungsverzeichnis

Abb.1

- Infografik: „A Short History of Social Media“Seite 22

Abb.2

- Eigene Statistik:

Steigerung der Anzahl von Facebook Usern im Zeitraum 2004-2011.....Seite 24

Abb.3

-„Facebook- Seite zu Tunesien: Die Jugend benutze die Seite, um Videos von Demonstrationen und Polizeigewalt weiterzuleiten.“Seite 29

Abb.4

„Die Polizei geht mit Panzern, Tränengas und scharfer Munition gegen Demonstranten vor.“Seite 30

Abb.5

„Auf Madrids Platz Puerta del Sol versammeln sich die vorwiegend jugendlichen Demonstranten schon seit Tagen immer wieder.“Seite 33

Abb.6

„Begleitet von einem massiven Polizeiaufgebot protestierten auch bei Nacht wieder Tausende Menschen auf dem Platz. Zu Ausschreitungen kam es aber offenbar nicht.“ Seite 34

Abb.7

„Auch die spanischen Demonstranten nutzen soziale Netzwerke wie Facebook und den Kurznachrichtendienst Twitter, um sich zu verabreden und die Massen zu mobilisieren.“Seite 36

Abb.8

Karl- Theodor zu Guttenberg, 2011Seite 40

Abb.9/10 Screenshots „Facebook- Gruppen“ Karl- Theodor zu GuttenbergSeite 41

Abb.11 Abbild der Kommunikationsströme der Internetplattform FacebookSeite 48

1.0 Einleitung

Volksaufstände im Nahen Osten (Ägypten, Tunesien, Libyen, Syrien), Versammlungen und Protestcamps gegen die Eliten in Madrid, Aktionen gegen die Macht der Banken in der westlichen Welt - und auch in Deutschland gibt es aktuelle Beispiele dafür, wie über das Medium Internet Abläufe und Prozesse recherchiert, organisiert, koordiniert und emotionalisiert werden. So ist die „mediale Jagd“ auf Karl-Theodor zu Guttenberg hierzulande sicher jederman noch im Gedächtnis.

All diese Geschehnisse wurden über das Internet begleitet und angeheizt. Immer wieder fällt in diesem Zusammenhang der Begriff „Social Media“, zu deutsch: „soziale Medien“. Damit sind vor allem die Sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. gemeint, über die aktuell nahezu täglich gesprochen und diskutiert wird, sei es in den Zeitungen und Magazinen, im Radio, in den Schulen und Universitäten, im Fernsehen oder nur im Alltag mit Freunden und der Familie.

Ereignisse, wie sie in 2011 in Tunesien und in großen Teilen der arabischen Welt stattfanden, werden von den Medien als „Facebook- Revolutionen“ bezeichnet. Mit dem Phänomen der sogenannten „Facebook- Revolutionen“ setzt sich diese Bachelorarbeit auseinander.

Als Einstieg in die Thematik wird ein kurzer Abriss der Entwicklung und des Gebrauchs der Medien aufgezeigt, um zu belegen, wie diese als Verstärker in der Gesellschaft eingesetzt wurden.

In dieser Arbeit soll u.a. beleuchtet werden, in welchen Gruppen die „sozialen Medien“ Revolutionen auslösen können, wie diese funktionieren. Dieses wird im Hauptteil der Bachelorthesis erläutert und analysiert.

Dabei werden drei Beispiele von sogenannten „Facebook- Revolutionen“ verglichen und unter verschiedenen Gesichtspunkten untersucht:

- Die Aufstände in der arabischen Welt am Beispiel **Tunesien**,
- die Protestbewegung „*Movimiento 15-M*“ in **Spanien** und
- die „mediale Jagd“ auf Karl-Theodor **zu Guttenberg** hierzulande

werden gegenübergestellt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszufiltern und diese zu bewerten. Zudem wird versucht auf zu zeigen, welche Parameter erfüllt sein müssen, damit „Facebook- Revolutionen“ initiiert werden und funktionieren können.

In einem weiteren Schritt werden die Ergebnisse der Gegenüberstellung der drei Beispiele als ein erstes Fazit meiner Arbeit zusammengefasst.

Zudem werden die Erkenntnisse des Vergleichs analysiert und interpretiert. Es wird bewertet, wo wir - bezogen auf die Thematik der Arbeit - stehen und welche weiteren „Gefahren“ drohen. Last but not least wird eine Prognose gestellt, wohin diese Entwicklung noch führen könnte.

Um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen, werden allgemeine Erörterungen zu „Social Media“ und den sozialen Netzwerken nicht näher beleuchtet. Im Vordergrund stehen die sozial- und kulturgeschichtlichen Komponenten der Medien und nicht die technischen Elemente.

Auf das Unternehmen bzw. die Marke Facebook wird nur am Rande eingegangen. Organisationsform, technische Neuerungen und Funktionsweisen sind genauso wenig Gegenstand dieser Arbeit wie die PR- und Marketingstrategien, Finanzierungsstrukturen, Umsatz, Gewinn oder der aktuell geplante Börsengang des Unternehmens.

2.0 Entwicklung des Gebrauchs der Medien/ Wechselwirkung Medium – Gesellschaft

(Epochale Rolle der jeweiligen Medien)

Im folgenden Kapitel wird als Einstieg in die Thematik ein kurzer Abriss der Entwicklung und des Gebrauchs der Medien aufgezeigt. Immer wenn ein neues Medium in der Vergangenheit entwickelt wurde, diente dies als Verstärker der Gesellschaft. Die Wechselwirkung von Medium und Gesellschaft und die damit verbundene epochale Rolle der jeweiligen Medien sind zentrale Punkte des Kapitels.

Frank Bösch erklärt in seinem Buch „*Mediengeschichte*“ den Wandel der Medien so: „Medien sind eine Antwort auf gesellschaftliche Bedürfnisse und insofern ein Teil der allgemeinen Geschichte. Die millionenfache Nachfrage prägte ihre Funktion und ihre Gebrauchsweise und entsteht nicht allein durch technische Erfindungen, sondern durch den gesellschaftlichen Rahmen und die Nutzer, was dann wiederum Bedürfnisse weckt.“¹

Man muss ein Medium also - wie bereits eingehend erwähnt - als Verstärker von einer Gesellschaft sehen, die sich wandelt.

¹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.21. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

In der Ausgabe Nr. 22/26 des Nachrichtenmagazins „*stern*“ heißt es in dem Artikel „*Die Macht des Schwarms*“: „Wenn sich eine Nation in der Vergangenheit grundlegend wandelte, beuteten die Betroffenen ein neues Medium konsequent aus. 1789 während der Französischen Revolution waren es ungezählte Flugblätter und Hunderten Zeitungen, die Nationalsozialisten verbreiteten ihre Propaganda über den sogenannten „Volksempfänger“ (...).“²

Schlüsselt man diesen Gedanken weiter auf, muss man bis ins 13. Jahrhundert zur Erfindung des typografischen Drucks in China und Korea zurückgehen.

2.1 Von der Erfindung des typographischen Drucks bis zu den ersten Zeitungen

In China und Korea entstanden im 13. Jahrhundert die Drucktechniken aufgrund einer zahlreichen Nachfrage nach Büchern.³ „In China waren Bücher deshalb bereits in der Song-Periode (960-1279) ein Mittel zum sozialen und politischen Aufstieg in prestigereiche Posten.“⁴ Mit der Erfindung des Drucks mit beweglichen Lettern um 1450 von Gutenberg in Mainz war ein weiterer Grundstein für eine Medienrevolution gelegt. Diese Erfindung ist jedoch in einen längeren Prozess einzuordnen.⁵

Die Nachfrage stieg vor allem nach der Etablierung von Universitäten und dem Anwachsen der Verwaltung in den Städten. Außerdem wurde der Rechtsbereiche zunehmend verschriftlicht. Die Medientechnologie entdeckte nur langsam ihre eigenen Möglichkeiten und Zielgruppen, lange standen handgeschriebene und gedruckte Bücher nebeneinander.⁶

Ein weiteres Ergebnis der neuen Medientechnologie - neben dem Buchmarkt, der sich immer weiter ausdehnte - war die starke Verbreitung von Flugblättern und Flugschriften, die in der gesamten Frühen Neuzeit eine Schlüsselrolle spielte. Bereits im 15. Jahrhundert waren Flugblätter Teil der politischen Kommunikation und dienten außerdem als

² Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. *stern* Nr. 22/26, S.38

³ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.27ff. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁴ Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus McDermott (2006:85) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.29. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁵ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.35. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁶ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.35/42. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Informationsmedium. Oft wurden die Flugblätter als „Neue Zeitung“ bezeichnet und waren Mittel der Sozialdisziplinierung und somit ein Medium, das zu Beeinflussung diente.⁷

Die Flugschrift, die im Unterschied zum Flugblatt mehr Umfang hatte, wurde immer häufiger bei politischen Konflikten eingesetzt und war ein „Bestandteil einer öffentlichen politischen Diskussionskultur, zumal hier die Zensur gering war.“⁸

„Im 17. Jahrhundert, insbesondere im Zuge des Bürgerkrieges der 1640er Jahre, erhielten sie ihren zentralen Stellenwert. (...) Einerseits war es sicherer, seine Meinung zu drucken, als sie persönlich vorzutragen; und andererseits setzten die Flugschriften Herrscher stärker unter Druck, da sie suggerierten, sich an das einfache Volk zu richten, und so mögliche Rebellionen implizieren konnten.“⁹

Aus diesen Erläuterungen wird deutlich, dass dadurch, dass die Zensur der Flugblätter und Flugschriften gering war, über dieses Medium verschiedene politische Meinungen verbreitet werden konnten, die vom einfachen Volk aufgenommen wurden und per Mund-zu-Mund-Propaganda weiterverbreitet wurden. Somit galten die Flugblätter und Flugschriften als Druckmittel dem Herrscher gegenüber.

Andersherum bedienten sich auch die Machthaber selbst an dem neuen Medium, so beispielsweise Kaiser Maximilian der I. der zu wichtigen Ereignissen Drucke verbreiten ließ, um die Stimmung im Land zu beeinflussen, zum Beispiel zu seiner Königswahl (1486), seiner Gefangenschaft (1495) oder Reichstageeinladungen mit Kriegsberichten.¹⁰

„Zudem setze er bei Kämpfen in Venedig italienischsprachige Flugblätter zur Propaganda ein, die mit Ballons hinter der Front abgeworfen wurden (...).“¹¹ Dies ist sicherlich nur eins von vielen Beispielen. An dieser Stelle könnte man zahlreiche weitere Fälle anführen, wie Herrscher das Medium zur Propaganda einsetzen.

Mit der Erfindung der Zeitung (Straßburger Relation von 1609) deuteten sich schon bereits zu Beginn zwei Funktionen an, die das neue Medium erfüllen sollte. Neben einer moralischen Bildungsfunktion hatte die Zeitung den Anspruch „politische Herrschaft zu beraten und mit eigenem Urteil zu beobachten“.¹²

⁷ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.42ff. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁸ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.46. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.46. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁰ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.46f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹¹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.47. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹² Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.79. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Ebenso wie auch die Flugpublizistik veränderten Zeitungen die politische Kommunikation und Herrschaftspraxis, denn ihre Inhalte waren Kriegserklärungen, Antworten auf ausländische Meldungen oder Unterhaltung aus Hof und Diplomatie.¹³ Ein Beispiel dafür ist England: „Eine starke Politisierung förderten vor allem die englischen Zeitungen. Sie trugen im Bürgerkrieg der 1640er Jahre zur Parteibildung bei, insbesondere auch durch Parlamentsberichte (Mendle 2001: 57).“¹⁴

2.2 Medien und der Weg in die Moderne

„Eine völlig neuartige, gerade zu explosive Entfaltung erlebten die Medien in den großen Revolutionen des späten 18. Jahrhunderts und der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts (...).“¹⁵

Die Rolle der Journalisten definierte man mehr und mehr als politische Erzieher. Besonders die Französische Revolution (1789) führte europaweit zu einem Aufblühen von publizistischen Diskussionen, mit der Folge einer starken Zensur.¹⁶ Ein Grund dafür war die Revolutionsfurcht der Regierungen. Vor allem unter der Herrschaft Napoleons verbreitete sich die Zensur und es kam zur Einstellung von zahlreichen Zeitungen in den von Napoleon besetzten Gebieten.¹⁷

„Zugleich etablierten die Napoleonischen Kriege Techniken der politischen Propaganda. (...) Aus Angst vor Revolutionen wurden vor allem in den Unterschichten offizielle Blätter in hoher Auflage umsonst verteilt. (...) Und im Krieg gegen Napoleon kam es in Österreich und Preußen zu Nachahmungen seiner *Bulletins de la Grande Armée*, um mit Proklamationen, Statistiken und Kriegsliedern zu mobilisieren.“¹⁸

Benedict Anderson (1993) „sieht die Zeitungen nicht nur als Träger nationaler Äußerungen, sondern argumentiert dass das Wissen um das gleichzeitige (Zeitungs-)Lesen von Millionen Anderen die vorgestellte nationale Gemeinschaft bilde.“¹⁹

¹³ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.79ff. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁴ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.82. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁵ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.89. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁶ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.95. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁷ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.95f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁸ Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus Hofmeister-Hunger (1994:265-269) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.96f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

¹⁹ Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus Anderson (1993:27,45) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.97. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Es wird deutlich, dass die neuen Medien eine bemerkenswerte Wirkung auf die Gesellschaft und somit ihre Meinungsbildung hatten. Sie wurden mehr und mehr zum Machtinstrument: Auf der einen Seite nutzte das Volk die Medien als eine Chance der Stellungnahme. Die Regierung auf der anderen Seite versuchte die Medien zu kontrollieren und sie als Propagandamittel zu benutzen. Wie groß die Revolutionsfurcht in Deutschland war, zeigten beispielsweise die Karlsbader Beschlüsse (1819), die zu einer einheitlichen Einschränkung der Meinungsfreiheit führten, die jedoch von - im Zuge dessen entstandenen Protestbewegungen - umgangen wurde.²⁰ Das Schlüsselwort dieser Zeit hieß *Pressefreiheit*. Der Deutsche Vaterlandsverein zu Unterstützung der Pressefreiheit organisierte 1832 das Hambacher Fest, das offiziell als Volksfest angemeldet wurde. Auch in anderen Ländern wie England und Italien gab es ähnliche Protestbewegungen und -versammlungen.²¹

„Die Verbindung zwischen Medien und Revolutionen zeigte sich schließlich 1948 europaweit. (...) Abermals prägten die Medien ihren Verlauf und wurden selbst durch die Revolution verändert. Bereits in den Jahren vor 1848 wurde in vielen Ländern die Zensur gelockert, sodass die Medien liberale und nationale Forderungen artikulieren konnten und Berichte über einzelne Proteste kursierten (...).“²²

Ein Faktor, der diesen Aufschwung ermöglichte ist vor allem die Entwicklung der Schnellpresse, die in den 1840er Jahren in Gebrauch kam und immer häufiger benutzt wurde. Nur so konnten die Forderungen der Menschen mit hoher Auflage verbreitet werden.²³

2.3 Politik und Gesellschaft im Zeitalter der Illustrierten – und Massenpresse

„Die Jahrzehnte ab den 1880er Jahren wurden (...) als Beginn einer *massenmedialen Sattelzeit* bezeichnet, was die wechselseitige Transformation des Medialen und Sozialen beschreiben soll. Neue elektronische Übertragungsmedien (Telegraf, Telefon), Vervielfältigungsmedien (Massenpresse, Illustrierte) und neue technische

²⁰ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.99. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²¹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.99ff. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²² Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.104. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²³ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.104. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Reproduktionsformen (Foto, Phonographie, dann Film) bilden dabei Bausteine dieses medialen Ensembles.“²⁴

Außerdem wird diese Zeit als *Golden Age* im Hinblick auf die mediale Entwicklung bezeichnet. Die alten Medien Zeitung und Zeitschrift wandeln sich in dem Punkt, dass es neue Formate und Inhalte (lokaler Bezug, Sport, Sensationen) gibt, die zu einem Presseboom führten. Journalismus wird zu einem Beruf und die Blätter werden durch Anzeigen finanziert. Man kann sagen, dass es zu einem Teil der Großstadtkultur wurde, Zeitungen und Zeitschriften zu lesen.“²⁵

„Die Politik wandelte sich ebenfalls durch die Medialisierung des ausgehenden 19. Jahrhunderts. Dies galt für politische Institutionen, für Politikfelder, aber auch für politische Kommunikation insgesamt.“²⁶ Ein Beispiel dafür ist, dass die Königshäuser an Macht verloren, ihre Medienpräsenz im alltäglichen Leben hingegen anstieg. So wurde Queen Victoria als *first media monarch* bezeichnet und auch Kaiser Wilhelm II. galt als Medienmonarch und erster königlicher Filmstar.²⁷

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts - die als Hochphase der Globalisierung bezeichnet wird - war es die Telegrafie, welche die Wahrnehmung förderte, dass die Welt in einer neuer Art und Weise zusammen wächst. Sie brachte einen „Informationsvorsprung im Handel und bei imperialen Eroberungen“, „militärische Kontrolle“ und war „evident für die Finanzwirtschaft“.²⁸ Die Telegrafie ebnete ebenso den Weg zum Kriegsjournalismus, denn durch die neue Technologie war es möglich, dass Journalisten in den Kriegsgebieten vor Ort berichteten und die Texte danach um die Welt geschickt und verbreitet wurden.“²⁹

2.4 Moderne, Weltkriege und Diktaturen

²⁴ Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus Koch/Morat (2003:19f) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.109. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²⁵ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.109. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²⁶ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.121. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²⁷ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.121. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²⁸ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.130ff. Frankfurt am Main: Campus Verlag

²⁹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.140. Frankfurt am Main: Campus Verlag

„Um 1900 kam es zu einer grundlegenden Erweiterung des Medienmarktes. Dazu zählten besonders das Aufkommen des Films, die Verbreitung von Grammophon, Telfon und Privatkamera sowie die drahtlose Telegrafie, aus der sich seit den 1920er Jahren das Radio entwickelte. (...) Zudem waren die neuen Medien Bestandteil einer zeitgleich entstehenden neuen populären *Massenkultur*.“³⁰

Mit der Etablierung des Radios wurde auch der Begriff *Kind des Krieges* geprägt, denn hunderttausende Soldaten sammelten im Weltkrieg erste Funkerfahrungen.³¹

In Deutschland herrschte von Beginn an eine staatliche Lenkung und somit gab es überwiegend staatsnah organisierte Sender. 1932 wurde der Rundfunk unter Reichkanzler Franz von Papen in Deutschland komplett verstaatlicht und mit der „Stunde der Reichsregierung“ wurde dem Kabinett zwischen 18.30 Uhr und 19.30 Uhr Sendezeit bereitgestellt.³² „Damit waren bereits vor der nationalsozialistischen Machtübernahme die Weichen für eine staatliche Propaganda gestellt.“³³

Das Radio wird Anfang der 1930er Jahre als politisches Sprachrohr entdeckt. Die NSDAP sendet in regelmäßigen Abständen politische Reden und Festlichkeiten. Immer wieder sprach eine Person zur „Masse“. Diese Vorgehensweise passte zum nationalsozialistischen Gesellschaftsentwurf der damaligen Zeit. So wurden beispielsweise Hitlers große Reden ausführlich übertragen und sogar Kino- und Theatersäle - für den gemeinsamen Empfang - zur Verfügung gestellt.³⁴

Es ist außerdem bekannt wie sehr Hitler und sein Reichspropagandaminister Goebbels die Medien mit einer Zensur versahen und die zentralisierten, um ihre Ideologie durchzusetzen. „Die Nazis stellten damit unter Beweis, dass mit Hilfe modernerer Medien eine dogmatische Ideologie die Memetik eines ganzen Staates innerhalb kurzer Zeit vollständig transformieren kann.“³⁵ Spätestens nach diesem Beispiel wird deutlich, dass die Äußerung „Wer die Medien kontrolliert, hat die Macht“ durchaus glaubwürdig und hiermit bewiesen ist.

³⁰ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.143. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³¹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.157. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³² Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.162. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³³ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.162. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³⁴ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.176f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³⁵ Möller, Erik. (2006). *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. 2. Erweiterte und aktualisierte Auflage. Hannover:Heise

„In Deutschland propagierten die Nationalsozialisten das Radiohören als eine praktizierte Form der Volksgemeinschaft, die sich durch den gleichzeitigen Empfang konstituierte. (...) Der Nationalsozialismus bemühte sich das Radio flächendeckend zu verbreiten. Der Bau des billigen *Volksempfänger* trug deutlich dazu bei, dass sich der Bestand an Radios bis 1938 auf neun Millionen verdoppelte und 1943 mit 16 Millionen seinen Höchststand erreichte.“³⁶

2.5 Die Erfindung des Fernsehens

„Wie Film und Radio hatte das Fernsehen keinen einzelnen Erfinder. Es basiert auf zahlreichen locker vernetzten Einzelforschungen in verschiedenen Ländern.“³⁷ Man muss jedoch sagen, dass das Fernsehen im Unterschied zu den meisten Medieninnovationen von Beginn an ein nationales Medium war.³⁸ „Inhaltlich wurde das Fernsehen erst spät und nur in geringem Maße ein politisches Medium. In allen Ländern, auch den meisten Diktaturen, überwogen Unterhaltungsinhalte oder direkte Politikbezüge (...).“³⁹

2.6 Das Internetzeitalter aus medienhistorischer Perspektive

Das neueste Medium unserer Zeit ist das Internet. Mit dessen Erfindung folgte ein weiterer großer Schritt für die Menschheit. „Am 29. Oktober 1969 vernetzten US-amerikanische Forscher erstmals zwei Computer per Fernverbindung über Modem und Telefonstandleitung. Der direkte Vorläufer des Internet war geschaffen, das so genannte Arpanet. Es war ursprünglich nur einer kleinen Zahl von Wissenschaftlern zugänglich.“⁴⁰

Offiziell gibt CERN - Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, Europäische Organisation für Kernforschung - im Jahre 1993 *www.Standard* zur kostenlosen Nutzung frei und schafft damit den Zugang für die jederman ins World Wide Web. Es ist die Geburtsstunde des *Internet 1.0*, das eine ganze Reihe verschiedener Nutzungsmöglichkeiten

³⁶ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.179. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³⁷ Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus Abramson (2002) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.211. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³⁸ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.215. Frankfurt am Main: Campus Verlag

³⁹ Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.218. Frankfurt am Main: Campus Verlag

⁴⁰ Bitkom. (23.10.2009). *Die wichtigste Erfindung - So ist das Internet entstanden*. <http://www.pressemitteilungen-online.de/index.php/die-wichtigste-erfindung-so-ist-das-internet-entstanden/>

bietet, wie beispielsweise das Versenden von E-Mails, das Nutzen einer eigenen Homepage, oder Diskussionsforen.⁴¹

„Die neuste Entwicklung des Internets wird unter dem Begriff *Web 2.0* gefasst. Darunter versteht man weniger eine neue Technologie, sondern vielmehr veränderte Nutzungsgewohnheiten.“⁴² Das *Web 2.0* ist eine interaktive Plattform, auf der u.a. Online-Enzyklopädien wie Wikipedia, soziale Netzwerke wie MySpace oder Facebook oder Internet-Blogs genutzt werden.⁴³

Die Entwicklung des Internets ist noch nicht abgeschlossen. Immer wieder entstehen neue Innovationen, die auf eine sich wandelnde Gesellschaft reagieren. Das 21. Jahrhundert steht im Zeichen der Globalisierung, die sich immer weiter ausbreitet und ohne das Internet nur schwer möglich wäre. Wie bereits ganz zu Beginn dieses Kapitels erläutert, prägt die Nachfrage der Menschen die Funktion und die Gebrauchsweise des neuen Mediums. Wie hoch die Nachfrage ist - und die damit verbundenen Bedürfnisse der Menschen - zeigen mitunter die folgenden Ergebnisse statistischer Erhebungen: „Rund 51 Millionen Bundesbürger sind nach BITKOM-Erhebungen aktuell online, das entspricht 72 Prozent aller Bundesbürger ab 14 Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es eine Millionen Internetnutzer mehr. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts verfügen heute 91 Prozent der Haushalte über einen Breitbandanschluss (Stand 31.05.2011).“⁴⁴

Das Internet ist aus dem Alltag des 21. Jahrhunderts nicht mehr wegzudenken und auch die Anzahl der Mitglieder von sozialen Netzwerken steigt rasant an und für viele Menschen ist ein täglicher Besuch auf www.facebook.com etwas Selbstverständliches. Wie und wann die sozialen Medien entstanden und langsam Einzug in unseren Alltag fanden wird im Folgenden erläutert.

3.0 Die Entstehung von Social Media/ Geschichte und Entwicklung von Facebook

⁴¹ Böhn, A., Seidler, A. (2008). *Mediengeschichte. Eine Einführung*. S.146f. Tübingen: Gunter Narr Verlag (gnv)

⁴² Böhn, A., Seidler, A. (2008). *Mediengeschichte. Eine Einführung*. S.146. Tübingen: Gunter Narr Verlag (gnv)

⁴³ Böhn, A., Seidler, A. (2008). *Mediengeschichte. Eine Einführung*. S.147f. Tübingen: Gunter Narr Verlag (gnv)

⁴⁴ Bitkom. (31.05.2011). *Markt für Internetzugänge legt zu*.

http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64042_68195.aspx, letzter Kontakt 30.11.2011

In dieser Arbeit geht es vor allem um den momentanen Einfluss des *Web 2.0* auf die Gesellschaft. Die Wechselwirkung zwischen Gesellschaft und Medium, wie sie in diesem Moment auf der Welt stattfindet, wird thematisiert.

Jedes innovative Medium - somit auch das Internet - verfügt über eine Vielzahl neuer Möglichkeiten und Vorteile. Informationen können binnen Sekunden ausgetauscht und verbreitet werden. So kann beispielsweise ein Urlaub per Mausklick gebucht werden oder für den Weihnachtseinkauf muss man nicht einmal mehr ein einziges Geschäft betreten. Die Inhalte von Printmedien wie z.B. Tageszeitungen werden online zur Verfügung gestellt – ohne das der Nutzer beim Lesen am Rechner oder auf dem Handy mit Papier und Druckerschwärze in Kontakt zu kommen.

Durch die sozialen Netzwerke steht man plötzlich wieder in Verbindung mit der Kindergarten-Liebe oder kann kurzfristig eine Geburtstagsfeier am Samstagabend mit wenigen Mausklicken organisieren und all seine Freunde in Kenntnis setzen.

Aber womit und vor allem wann begann das sogenannte „*Social Networking*“? Erst in den letzten Jahren spricht man in Deutschland immer häufiger über die Sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. und diskutiert auf diverseste Art und Weise den Hype dieser Internetplattformen.

Doch so etwas wie soziale Medien gibt es schon länger. „Der eigentliche Begriff „Social Media“ wurde in der heutigen Verwendung wohl erstmals 2003 im Zusammenhang mit LinkedIn's Social Networking Application benutzt.“⁴⁵

Das Netzwerk LinkedIn wurde am 05. Mai 2003 offiziell ins Internet gestellt und hatte bereits einen Monat später 4.500 Mitglieder. „LinkedIn“ ist weltweit das größte Online-Berufsnetzwerk. Es verfügt über mehr als 135 Millionen Mitglieder in rd. 200 Ländern und Regionen (Stand vom 3. November 2011).“⁴⁶

Wenn man es ganz genau nimmt fängt das Social Networking bereits mit dem Versand der ersten E-Mail im Jahr 1971 an. Es lässt sich jedoch darüber streiten, was genau zuvor schon als Social Media zu bezeichnen ist. Zu den Anfängen gehört aber in jedem Fall das CBBS (Computerized Bulletin Board System), welches 1978 während eines Schneesturms in Chicago von Ward Christensen initiiert wurde. Um den Millenniumswechsel herum liegt die Start-Up-Phase verschiedener Sozialer Netzwerke wie Blogger, Friendster, LinkedIn und

⁴⁵ Julian Grandke. (18.08.2011). *Social Media Geschichte als kurze Zusammenfassung*. <http://juliangrandke.de/socialmedia/social-media-geschichte-als-kurze-zusammenfassung-infografik/>, letzter Kontakt 28.11.2011

⁴⁶ LinkedIn. (ständige Aktualisierung). *Pressebereich. Über uns*. <http://de.press.linkedin.com/about>, letzter Kontakt 28.11.2011

Myspace. Das Netzwerk Facebook revolutionierte diese Vorgänger- Dienste nachhaltig und endgültig.⁴⁷

Mark Zuckerberg gründete das Online-Kontakt Netzwerk „TheFacebook“ im Jahr 2004 an der Harvard University und ging im Februar 2004 erstmals online. Ursprünglich war die Website nur für die Studenten dieser Hochschule freigegeben.

In der frühen Wachstumsphase expandierte die Plattform zunächst in Richtung anderer amerikanischer Universitäten bis schließlich nahe zu die gesamte US- Studentenlobby erreicht wurde.

„TheFacebook.com“ wurde am 20.09.2005 in Facebook.com umbenannt und trägt seitdem diesen Namen.⁴⁸

Am 26.09.2006 erfolgte dann die offene Registrierung und es war für jede Person möglich sich bei Facebook anzumelden.⁴⁹

Die Mitgliederzahl des sozialen Netzwerks steigt kontinuierlich weiter an. Facebook hat längst „User- Gemeinden“ auch außerhalb der USA erreicht und ist inzwischen auf allen Kontinenten der Welt verfügbar.

Der Status Quo im November 2011 sieht hinsichtlich der Nutzung durch die User wie folgt aus:

Facebook ist mit rd. 800 Millionen Nutzern die im Internet weltweit am häufigsten besuchte Kontaktwebsite.⁵⁰

In Deutschland sind bereits über 17 Millionen Menschen auf Facebook angemeldet.⁵¹

Auf die Entwicklung von Facebook und die nahezu unglaublichen Nutzerzahlen der Internetplattform wird im Kapitel 3.2 noch genauer eingegangen.

3.1 Infografik zur Entstehung von Sozialen Netzwerken

Ein kompakter Überblick über die Entstehung bzw. die Geschichte von sozialen Netzwerken findet sich auf der folgenden Infografik „A Short History of Social Media“.

Aus der Grafik lässt sich entnehmen, dass Facebook einige Vorgänger hatte, die z. Tl. vergleichbare Dienste im Angebot hatten.

⁴⁷ Julian Grandke. (18.08.2011). *Social Media Geschichte als kurze Zusammenfassung*. <http://juliangrandke.de/socialmedia/social-media-geschichte-als-kurze-zusammenfassung-infografik/>, letzter Kontakt 28.11.2011

⁴⁸ Kirkpatrick, David. (2011). *Der Facebook-Effekt. Hinter den Kulissen des Internet-Giganten*. S.158 Aus dem amerikanischen von Karsten Petersen. München: Carl Hanser Verlag

⁴⁹ Kirkpatrick, David. (2011). *Der Facebook-Effekt. Hinter den Kulissen des Internet-Giganten*. S.171 Aus dem amerikanischen von Karsten Petersen. München: Carl Hanser Verlag

⁵⁰ dpa. (29.11.2011) *Facebook peilt Rekord-Börsengang an*. http://wirtschaft.t-online.de/facebook-peilt-rekord-boersengang-an/id_51883792/index, letzter Kontakt 30.11.2011

⁵¹ FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. (13.08.2011); *Schalke Kreisel, offizielles Vereinsmagazin*, S. 22; *Saison 2011/ 12, Nr. 1 Gütersloh: Mohn media Mohndruck GmbH*

Ein Vorläufer ist „SixDegrees“, was 1997 auf den Markt kam. In seinem Buch „Der Facebook-Effekt“ thematisiert David Kirkpatrick die Anfänge und die Entstehung von sozialen Netzwerken und äußert die Vermutung, dass „SixDegrees“ zu früh auf den Markt gekommen ist und die Gesellschaft noch nicht bereit für eine Verbreitung eines solchen Netzwerkes war.⁵²

Neben den Vorgängern von Facebook sind auch „Nachahmer- Unternehmen“ auszumachen. So versuchte auch der „ewige Konkurrent“ Google, eigene oder neue Soziale Dienste zu entwickeln und innovative Technologien für vermeintlich bessere Produkte auf den Markt zu bringen. So kam beispielsweise „Google Plus“ im Juni 2011 auf den Markt. Auch Twitter versucht durch einen eigenen Unique Selling Point (Alleinstellungsmerkmal) - nämlich dass man nur eine Kurzmeldung in etwa der Länge einer SMS *posten* kann - sich von Facebook abzugrenzen und sich als ernsthafter Konkurrent zu platzieren.

Auch MySpace grenzte sich schon immer von Facebook ab, konnte aber nicht verhindern dass es im April 2008 von Facebook in der Beliebtheit bei den Usern überholt wurde. Der Beliebtheitsgrad dieser drei Netzwerke wird in der nachfolgenden Infografik belegt.

Für erfolgreiche junge Unternehmen werden in dieser Branche hohe Kaufangebote abgegeben oder solche Deals auch abgeschlossen. MySpace wurde im Juni 2011 an die Medienfirma Irvine für 35 Millionen US Dollar verkauft. Yahoo wollte bereits 2006 Facebook für eine Milliarde US Dollar erwerben.

Nach monatelangen Spekulationen gibt es im November 2011 erste konkrete Zahlen für den zum Frühjahr 2012 geplanten Börsengang von Facebook. Demnach liegt der aktuelle Firmenwert bei 100 Milliarden US Dollar. Davon sollen 10% der Anteile für rd. 10 Milliarden Dollar an die Börse gebracht werden. Mit diesem Volumen wäre der mögliche Gang von Facebook an die Börse der größte Börsengang eines IT-Unternehmens aller Zeiten. Der bisherige Branchenrekord wird noch von Google gehalten; das Unternehmen hatte im August 2004 rd. 1,9 Milliarden Dollar eingenommen.⁵³

Das waren die aus meiner Sicht wichtigsten Punkte zusammengefasst. Die genaue Timeline der Geschichte von Social Media finden Sie in der nachfolgenden Grafik.

⁵² Kirkpatrick, David. (2011). *Der Facebook-Effekt. Hinter den Kulissen des Internet-Giganten*. Kapitel 3. Aus dem amerikanischen von Karsten Petersen. München: Carl Hanser Verlag

⁵³ dpa. (29.11.2011) *Facebook peilt Rekord-Börsengang an*. http://wirtschaft.t-online.de/facebook-peilt-rekord-boersengang-an/id_51883792/index, letzter Kontakt 30.11.2011

A Short History of Social Media



Abb.1 Infografik „A Short History of Social Media“

Quelle: Julian Grandke. (18.08.2011). Social Media Geschichte als kurze Zusammenfassung. <http://juliangrandke.de/socialmedia/social-media-geschichte-als-kurze-zusammenfassung-infografik/>, letzter Kontakt 28.11.2011

3.2 Die Entwicklung und Nutzung von Facebook im Überblick

(Zusammengetragen aus David Kirkpatrick's Buch „*Der Facebook-Effekt. Hinter den Kulissen des Internet-Giganten.*“ Aus dem amerikanischen von Karsten Petersen. München: Carl Hanser Verlag)

04.02.2004

- „Am Nachmittag des 4. Februars 2004, einem Mittwoch, klickte Zuckerberg auf einen Link seines Accounts bei Manage.com - und Thefacebook.com war online.“ (S.32)

25.02.2004

- „Nach drei Wochen hatte Thefacebook über 6.000 User.“ (S.36)
→ Es folgt eine Expansion an anderen Hochschulen.

Anfang März 2004

- nach einem Monat hat Thefacebook 10.000 User. (S.38)

Mitte März 2004

- Verdoppelung auf 20.000 User. (S.39)

Ende März 2004

- über 30.000 Nutzer. (S.40)

Ende Mai 2004

- Thefacebook.com ist an 34 Hochschulen verfügbar und hat annähernd 100.000 User. (S.45)

Ende des Sommer 2004

- über 200.000 User (S.69)

September 2004

- Die Nutzerzahl hat sich fast verdoppelt auf 400.000 User. (S.102)

30.11.2004

- „Am 30. November erreichte Thefacebook die Marke von einer Millionen registrierten Usern, kaum zehn Monate nach Gründung des Unternehmens.“ (S.111)

20.09.2005

- Thefacebook.com wird in Facebook.com umbenannt. (S.158)

Herbst 2005

- 85 Prozent der US-amerikanischen Studenten sind Facebook-User, 60 Prozent von ihnen besuchen die Seite täglich. (S.163)

Oktober 2005

- Facebook hat ca. fünf Millionen Nutzer. (S.165)

ab dem 26.09.2006

- Offene Registrierung für jeden. (S.171)

Ende 2006

- Verdoppelung auf 12 Millionen User. (S.215)

24. Mai 2007

- 24 Millionen Menschen nutzen Facebook. (S.248)

Mai 2008

- „Innerhalb eines Jahres verdreifachte Facebook seine Mitgliederzahl auf über 70 Millionen aktive Nutzer.“ (S.248)

September 2008

- Die 100 Millionen Marke wurde erreicht. (S.334)
→ Mitte 2008 lief das Wort Facebook als häufigste verwendeter Suchbegriff dem Wort Sex den ersten Rang ab. (S. 302)

Ende 2008

- Facebook wurde mittlerweile in 35 Sprachen übersetzt und 30 Prozent der Internetnutzer in aller Welt nutzen Facebook. (302)

Ende 2009

- Über 350 Millionen User aus 180 Ländern nutzen Facebook. (S.302)

Ergänzender aktueller Hinweis:

- *Mit rd. 800 Millionen Nutzern ist Facebook im November 2011 die unangefochtene Nummer eins unter den Online- Netzwerken!*⁵⁴

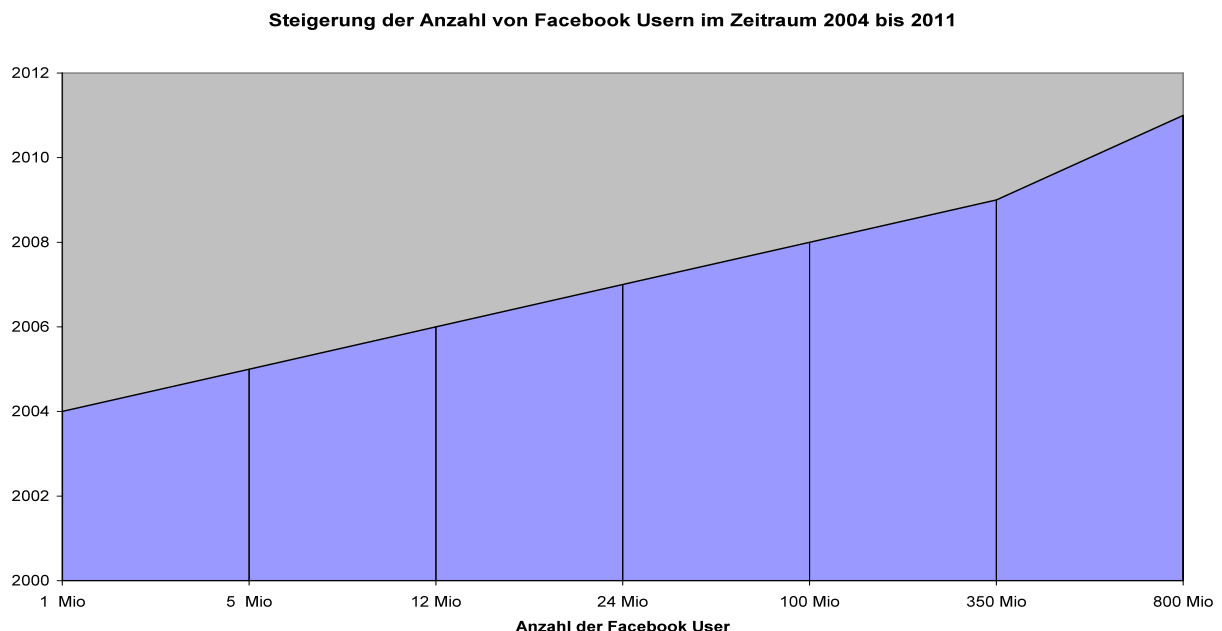


Abb. 2 Eigene Statistik: Steigerung der Anzahl von Facebook Usern im Zeitraum 2004-2011

⁵⁴ dpa. (29.11.2011) *Facebook peilt Rekord-Börsengang an.* http://wirtschaft.t-online.de/facebook-peilt-rekord-boersengang-an/id_51883792/index, letzter Kontakt 30.11.2011

HAUPTTEIL

4.0 Beispiele von „Facebook- Revolutionen“

Wie in den vorangehenden Kapiteln deutlich geworden ist, steigt die Popularität und Nutzungsintensität von sozialen Netzwerken stetig an. Sie sind Kontaktbörsen und werden zunehmend auch als Werbeplattformen genutzt. Viele verschiedene *Tools*, die von den Netzwerken angeboten werden, erweitern die Nutzungsmöglichkeiten für die Anwender.

Netzwerke sind u.a. Plattformen für die Selbstdarstellung; d.h. jeder Nutzer kann so viele Informationen über sich preisgeben wie er möchte: Statusmeldungen, Hochladen von Fotos, sich zu einer Musikrichtung, Religion oder politischen Sicht bekennen etc.

Des Weiteren kann man auf Facebook eigene „Gruppen“ initiieren oder sich schon vorhandenen Gruppen anschließen, um sich über verschiedenste Themen auszutauschen. So gibt es beispielsweise „Spaßgruppen“ wie: „Wenn diese Gruppe 10.000 Mitglieder hat, heiratet meine Freundin mich!“. Andere Gruppen setzen durchaus seriöse Schwerpunkte z.B. in wissenschaftlichen, politischen oder gesellschaftlichen Themenfeldern.

Wenn ein neuer User einer Gruppe beitrifft, wird dies auf seiner Profilseite angezeigt und es ist für die gesamte Freundesliste des jeweiligen Nutzers einsehbar. Dies führt zu „Schneeballeffekten“ und somit häufig zu rasantem Wachstum der Netzwerk- Gruppen.

Beispiel: Wenn meine beste Freundin, die den gleichen Geschmack wie ich hat, Michael Jackson *liked*, wird dies in meinem *Newsfeed* angezeigt und ich kann direkt auch auf „like“ oder in der deutschen Version auf „gefällt mir“ klicken. Dies führt nahezu regelmäßig dazu, dass sich weitere meiner Freunde anschließen und sie wiederum als Multiplikatoren fungieren.

Ausgelöst durch die besonderen, seit Jahrzehnten unverändert starren gesellschaftlichen Strukturen in einigen Ländern des Nahen Ostens (Diktaturen, Monarchien) entstanden seit Ende 2010 viele politische Gruppen in der arabischen Welt, die nachdrücklich Veränderungen in ihren Ländern einforderten und dies in ihren Internet- Netzwerken artikulierten.

Diesen Gruppen schlossen sich in rasender Geschwindigkeit besonders junge Menschen an, die so einerseits eine Plattform zur Verbreitung ihrer Intentionen und zum Meinungsaustausch gefunden hatten und andererseits große Menschenmengen innerhalb und außerhalb des eigenen Landes informieren und mobilisieren konnten.

Besonders die Aktivisten der Initiativen nutzten das Internet als Sprachrohr oder als Leitstelle. So wurden beispielsweise geplante Demonstrationen via Internet organisiert, koordiniert und gesteuert. Als Auslöser reichte i.d.R. der Umstand, dass lediglich Zeit und Ort für eine Protestaktion innerhalb der Facebook- Gruppe bekanntgegeben wurde. Der zuvor beschriebene „Schneeballeffekt“ führte dann regelmäßig zu Großveranstaltungen mit tausenden von Teilnehmern.

Um zu unterlegen, welchen Einfluss die sozialen Netzwerke bereits haben und was sie als „Treiber“ oder „Multiplikatoren“ bewirken können, werden drei Beispiele von sogn. „Facebook-Revolutionen“ beleuchtet:

1. Revolutionen in der arabischen Welt am Beispiel von Tunesien
2. Spanien: „Vereint gegen die Eliten“ / „Movimiento 15-M“ (Bewegung 15. Mai)
3. Deutschland: Die „mediale Jagd“ auf Karl-Theodor zu Guttenberg

4.1 Beispiel 1: Revolutionen in der arabischen Welt am Beispiel von Tunesien

4.1.1 Übersicht der betroffenen Länder des sogenannten „Arabischen Frühling“/

Beginn der Unruhen und Hauptursachen

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 05.12.2011). *Arabischer Frühling*.
http://de.wikipedia.org/wiki/Arabischer_Fr%C3%BChling. Letzter Kontakt
 05.12.2011

Tabelle 1

Land	Beginn der Unruhen	Auslösende Hauptursachen
Tunesien	17.12.2010	Selbstverbrennung eines Gemüsehändlers, dem behördlicherseits die Existenzgrundlage entzogen wurde; stark gestiegene Lebensmittelpreise; hohe Arbeitslosigkeit; Perspektivlosigkeit der jungen Generation
Algerien	05.01.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien; Stark gestiegene Preise von Grundnahrungsmitteln; „Ausnahmezustand“ mit Sonderrechten besonders der Justiz (seit 19 Jahren!)

Jemen	27.01.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien; Politik des Präsidenten Ali Abdullah Salih
Ägypten	25.01.2011 „Tag des Zorns“	Meldungen über Proteste in Tunesien; Proteste gegen die Notstandsgesetze mit Sonderrechten besonders der Justiz (seit 30 Jahren!); Korruptions- und Amtsmissbrauchsvorwürfe gegen das Regime von Präsident Mubarak
Jordanien	26.01.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; Fehlende politische Reformen
Saudi-Arabien	26.01.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; Infrastrukturprobleme
Bahrain	14.02.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; Mehrheit der schiitischen Bevölkerung protestiert gegen das sunnitische Königshaus
Dschibuti	18.02.2011	Proteste gegen Präsident Guelleh
Mauretanien	Februar 2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; Fehlende Menschenrechte
Libyen	18.02.2011 Erste Tote in Banghazi	Meldungen über Aufstände in Tunesien, Algerien und Ägypten; hohe Arbeitslosigkeit; Korruption; Enorme Diskrepanz zwischen reich u. arm hohe Anzahl von Gastarbeitern im Land
Kuwait	18.02.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; Forderung nach kuwaitischer Staatsbürgerschaft
Oman	18.02.2011	Meldungen über Proteste in Tunesien und Ägypten; fehlende politische Reformen im Sultanat
Marokko	20.02.2011 „Tag der Würde“	fehlende politische Reformen; zu wenig Demokratie in der konstitutionellen Monarchie; Korruption und Folter
Irak	22.02.2011	Meldungen über Proteste in der arabischen Welt; Soziale Ungerechtigkeit und Korruption; hohe Arbeitslosigkeit
Syrien	Febr./ März 2011	Meldungen über Proteste in der arabischen Welt; fehlende politische Freiheit; Ziel: Sturz des Regimes

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass der „Arabische Frühling“ auch außerhalb der arabischen Welt Signalwirkungen hatte (z.B. China) und totalitäre Regime in Frage gestellt wurden und werden.

Trotz vielfach unterschiedlicher Ursachen und regionaler, sozialer und politischer Besonderheiten bleiben zwei Punkte bei allen Bewegungen gleichermaßen bemerkenswert:

- Eine generelle Unzufriedenheit mit den herrschenden Systemen (als Ursache für die Proteste) und
- die unglaubliche Geschwindigkeit mit der sich nacheinander bzw. z. Tl. auch parallel zueinander die Ereignisse über tausende von Kilometern hinweg ereignet haben obwohl in den Jahren und Jahrzehnten zuvor in den betroffenen Ländern kaum nennenswerte Proteste artikuliert worden sind.

Dies führt zu der mehr als berechtigten Frage nach dem „Wie war das so schnell denn möglich?“.

Alle Expertenmeinungen stimmen darin überein, dass nur die modernen Kommunikationstechnologien (via Internet, Mobiltelefone, Satelliten-TV etc.) die Protestwelle ermöglicht und den „Flächenbrand“ auslösen konnten. Eine besondere Rolle haben dabei die Plattformen von Facebook, Twitter und einige arabische Blogs eingenommen.

4.1.2 Die Facebook- Revolution in Tunesien

Die Ereignisse der letzten Wochen im Dezember 2010 und in den ersten Januarwochen 2011 in Tunesien werden in den Medien als „Facebook- Revolution“ oder auch „Jasmin- Revolution“ (nach der „Nationalblume“ Tunesiens) bezeichnet.

Die Ereignisse in Tunesien wurden über die *Neuen Medien* innerhalb und außerhalb des Landes intensiv begleitet und lösten so in vielen Ländern der arabischen Welt in kürzester Zeit einen „Domino- oder Schneeballeffekt“ aus (siehe Punkt 4.1.1).

Nachfolgend einige wesentliche Punkte dieser ersten „Facebook- Revolution“.

Zeitraum:

- Von Selbstverbrennung des 26-jährigen Gemüsehändlers Mohamed Bouazizi am 17.12.2010 (rd. 250 km von Tunis entfernt) bis zur Flucht von Präsident Ben Ali am 14. Januar 2011 ins Exil nach Saudi-Arabien vergingen gerade einmal 4 Wochen.

Ziele/ Forderungen:

- Politische und soziale Reformen,
- Kampf für mehr Bürgerrechte, Freiheit und Demokratie,
- gegen Korruption, Armut und Arbeitslosigkeit,
- für Arbeitsplätze für die junge Bevölkerung, faire Lebensmittelpreise, mehr Lohn und
- Sturz der Regierung (das Land wurde von Präsident Ben Ali über 23 Jahre faktisch als Diktatur regiert)

Medien:

Bei den Protesten in Tunesien spielte das Internet und dabei speziell die Plattformen *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* sowie *regionale Blogs* eine herausragende Rolle.

Über diese Kanäle (*Twittertweets*, Facebookeinträge, Video-Uploads, Cyberangriffe, Bloggteinträge) wurden Aufrufe gepostet, Slogans von Demonstrationen verkündet und Veranstaltungsorte und –Treffpunkte aufgezeigt.

Die sogenannte „Cyber-Opposition“ stützte sich dabei auf eine große Vertrautheit der jungen Generation mit dem Internet. Die User-Zahlen z.B. von Facebook stiegen sprunghaft an; rd. 20% aller Tunesier (2,0 Mio. Menschen) nutzen die Plattform.



Abb.3 „Facebook-Seite zu Tunesien: Die Jugend benutze die Seite, um Videos von Demonstrationen und Polizeigewalt weiterzuleiten.“

Quelle: SPIEGEL Online (31.01. 2011). *Demokratie. Die Revolution, die keine war.*

<http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,742430,00.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

Initiatoren/ Organisatoren:

Der tunesische Aufstand hatte keinen einzelnen Anführer sondern ging letztlich vom Volk aus. Vor allem jüngere Menschen aus der gebildeten Mittelschicht wurden zu Bloggern/ Internetaktivisten oder firmierten als „Anonymous“.

So wurden beispielsweise in nur wenigen Stunden von den Internetaktivisten die Seiten des Premierministers, des Präsidenten, des Außenministers, der Börse und weiterer Regierungsstellen ausgeschaltet.

Auf all diesen Seiten hinterließen die Aktivisten ein schwarzes Piratenschiff als Emblem mit folgender Botschaft: „An die Regierung von Tunesien - Grüße von Anonymous: Eure Bürger sind wie Sand in eurer Faust: Je mehr ihr versucht, Druck auf sie auszuüben, desto mehr werden sie euch entgleiten. Je mehr ihr sie mit Zensur überzieht, desto mehr werden sie über euch und eure Machenschaften erfahren. Wir warnen euch: Wenn ihr mit der Unterdrückung weitermacht, wird das hier nur der Anfang sein.“⁵⁵

Reaktionen des Regimes:

Die Polizei geht mit Panzern, Tränengas und scharfer Munition gegen Demonstranten vor.



Abb.4

Quelle: blog.taz.de. Foto von Karim El-Gawhary. (17.02.2011). *Paar gehend vor Panzer.* <http://blogs.taz.de/arabesken/tag/demonstrationen/>. Letzter Kontakt 11.12.2011

⁵⁵ Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär.* S. 26. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

Tausende Protestler sitzen in Haft, darunter der Softwareentwickler Slim Amamou (33), der als einer der Saboteure gilt, welche die Revolution in Tunesien in Bewegung gebracht haben. Sein Handy mit Internetzugang wird konfisziert und in dem Moment wo die Polizisten es anschalten und ins Internet einloggen, wird die heimliche Verhaftung des Internetaktivisten in Minutenschnelle öffentlich. „Die Ortungssoftware „Google Latitude“ schlägt Alarm. Auf den Bildschirmen von Amamous Freunden erscheinen der Stadtplan von Tunis und Amamous Konterfei, das mit einem Pfeil auf den Standort Innenministerium zeigt.“⁵⁶

Unterstützung durch die **(traditionellen) Medien**: Radio (tunesischer Sender „Express FM“) → Internet-Livestream wird in zahlreichen Cafés, Taxen, Geschäften gehört.

Eine wichtige Rolle bei der Berichterstattung über den Ruf nach Freiheit in der arabischen Welt spielte auch der TV-Sender „Al Dschasira“.

Der Sender wurde 1996 gegründet und ist Arabiens wichtigste Nachrichtenquelle. Er „gilt als Leuchtturm unabhängiger Berichterstattung“⁵⁷, im Gegensatz zu den meisten anderen staatlich Medien, von denen man Propaganda und Zensur gewohnt ist. Ohne die Mithilfe des TV-Senders hätten die Proteste nie so ein Ausmaß bekommen. „Während Al Dschasira nonstop vom Tahrirplatz in Kairo berichtet, zeigte das ägyptische Staatsfernsehen völlig neutrale Bilder vom Kairoer Opernhaus.“⁵⁸

Reaktionen des Regimes im „Informationskrieg“

Das Regime legt sich mit den Netzwerkern im Internet an. „Per Fishing“ griffen sie die Passwörter zu E-Mail- und Facebookkonten von Aktivisten ab und begannen sie zu löschen. Kritisch mussten viele Tunesier zusehen, wie ihre kritischen Einträge wie von Geisterhand aus dem Netz verschwanden.“⁵⁹

Die Organisation „Global Voices“ berichtete von mehr als 200 gesperrten Blogs; der Diktator Ben Ali habe sogar versucht Facebook auszuschalten.

⁵⁶ Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. S. 26. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

⁵⁷ Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. S. 27. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

⁵⁸ Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. S. 27. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

⁵⁹ Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. S. 26. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

Ergebnisse der Revolution:

Nach seiner Flucht aus Tunesien befindet sich der Ex- Präsident Ben Ali im Exil in Saudi-Arabien; er und seine Ehefrau sind von der tunesischen Justiz in Abwesenheit im Juni 2011 in einem ersten Prozess zu jeweils 35 Jahren Haft und Geldstrafen verurteilt worden.

Einen Tag nach der Flucht des Präsidenten wird am 15.01.2011 eine Übergangsregierung gebildet. Reformen und erste freie Wahlen werden vorbereitet.

Der tunesische Blogger Slim Amamou wird zum Hoffnungsträger der Nation und soll helfen sein Heimatland in die Freiheit zu führen. Nur vier Tage nach der Flucht des Präsidenten wird Slim Amamou zum Staatsminister ernannt. Vom Staatsfeind, zum Staatsminister, der von nun an der Übergangsregierung angehört. Er ist zuständig für „Jugend und Sport“.

Dieses Amt bringt auch mit sich, dass sich ihm immer mehr Leute auf dem Weg zur Arbeit in den Weg stellen und nach Arbeit und einer Anstellung verlangen. Die Leute trauen sich von nun an mehr und mehr zu sagen was sie bedrückt und versammeln sich täglich vor dem Regierungssitz „Kasbah“ und den Verwaltungsgebäuden, um ihre rechte einzufordern. Die Menschen sind ungeduldig und haben kein Verständnis für die, die sie mit dem alten Regime in Verbindung bringen. So musste beispielsweise der Übergangspremier Mohammed Ghannouchi sein Amt niederlegen, weil zehntausende Tunesier auf der Straße gegen ihn protestierten.

Die Menschen haben keine Geduld und die „Neuen“ in der Übergangsregierung - wie Slim Amamou – müssen sich in ihrem neuen Leben zurechtfinden, schließlich stieg er nur sechs Tagen vom Gefolterten zum Regierungsmitglied auf.

„Es lebe die Freiheit“ und „Danke Facebook“ steht in Graffiti auf den Wänden der Kolonialhäuser in Tunis.

Im Oktober 2011 finden in Tunesien die ersten freien Wahlen statt.

Quellen: Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. S. 22-28. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26. S. 30-45. Hamburg: Gruner + Jahr

4.2 Beispiel 2:

Die „Spanische Revolution“ / „Movimiento 15-M“ („Bewegung 15. Mai“)

In Spaniens Hauptstadt Madrid kam es am 15. Mai 2011 - eine Woche vor anstehenden Regionalwahlen - zu ersten Massenkundgebungen gegen die angekündigten Sparmaßnahmen der Regierung und die sozialen Ungerechtigkeiten im Lande. Besonders die Wut der vielen unter 25 Jährigen „los indignados“ (die Zornigen) über die hohe Arbeitslosigkeit sowie veraltete politische Strukturen waren Beweggründe der Protestierenden.

Nach rascher Ausweitung der Aktionen übers gesamte Land, spricht die internationale Presse bereits von der „Spanischen Revolution“ und weckt Assoziationen zu den „Facebook-Revolutionen“ in den Arabischen Ländern.



Abb.5 „Auf Madrids Platz Puerta del Sol versammeln sich die vorwiegend jugendlichen Demonstranten schon seit Tagen immer wieder.“

Quelle: SPIEGEL Online. (19.05.2011) *Fotostrecke*. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-68221-4.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

Zeitraum / Beginn der Protestaktionen:

Mit Demonstrationen in rd. 50 spanischen Städten folgten am **15.05.2011** Zehntausende dem von der Gruppe „Democracia Real Ya!“ (Echte Demokratie jetzt!) über Facebook und Twitter initiierten Aufruf zu landesweiten Protestaktionen. Die spanische Öffentlichkeit, die Administration und die politische Elite wurden von den Großdemonstrationen völlig überrascht.

Mittelpunkt des Geschehens war der Platz „Puerta del Sol“ im Herzen der Spanischen Hauptstadt Madrid (s. Foto unten).



Abb.6 „Begleitet von einem massiven Polizeiaufgebot protestierten auch bei Nacht wieder Tausende Menschen auf dem Platz. Zu Ausschreitungen kam es aber offenbar nicht.“

Quelle: SPIEGEL Online. (19.05.2011) *Fotostrecke*. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-68221-4.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

Auf dem Platz wurde von den „Indignados“ („Empörten“) ein Protestcamp in Form eines Zeltlagers aufgebaut, was trotz aller Anstrengungen der Ordnungsbehörden hinsichtlich einer Räumung der öffentlichen Fläche, fast einen Monat in der Innenstadt verblieb.

Von Mitte Mai bis Mitte Juni 2011 fanden in diesem Bereich sowie in anderen Metropolstädten Spaniens regelmäßige Großdemonstrationen statt; wichtigster Versammlungsort blieb der Platz „Puerta del Sol“.

Nach der Räumung des Protestcamp Mitte Juni wurde es zunächst etwas ruhiger, bis dann durch Demonstrationen in Madrid am 24. Juli und besonders am 04. August 2011 die Bewegung wieder aufflammte. *Spiegel online* titelte am 05.08.2011: „Mindestens 20 Verletzte bei Protesten in Madrid“.

Ziele / Forderungen:

Den Kern der Bewegung bilden Jugendliche und junge Erwachsene, die

- gegen Arbeitslosigkeit (besonders rd. 45% Jugendarbeitslosigkeit)
- gegen die wirtschaftliche Misere des Landes,
- gegen Zukunft ohne Perspektiven,
- gegen das Desinteresse der Politik und
- für einen nachhaltigen Wandels des Systems protestieren.

Zehntausende meistens jüngere Spanier prangern „die Lügen und Korruption der Eliten“ und „und die zynische Politik, die der Jugend die Zukunft nimmt“ an. So lauten die Aussagen eines 21-jährigen Wirtschaftsstudenten aus Madrid gegenüber dem *stern*.⁶⁰

Medien:

Via Internet: Facebook, Twitter, Youtube, Bloggs

Via Telefone: SMS

- Aufrufe zur Massendemonstrationen, Hinweise auf Versammlungsdetails (Ort, Zeitpunkt, Slogan etc.), Verbreitung von Fotos und Videos (vor allem auf Youtube)

⁶⁰ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. *stern* Nr. 22/26. S. 38. Hamburg: Gruner + Jahr



Abb.7 Auch die spanischen Demonstranten nutzen soziale Netzwerke wie Facebook und den Kurznachrichtendienst Twitter, um sich zu verabreden und die Massen zu mobilisieren.“

Quelle: SPIEGEL Online. (19.05.2011) *Fotostrecke*. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-68221-4.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

Initiatoren/ Organisatoren/ Aktionen:

Kleinere Bürgerrechtsgruppen, die alleine kein Gehör gefunden hätten, bündeln im Internet ihre Interessen. Die Gruppe „Democracia Real Ya!“ („Echte Demokratie jetzt!“) gilt als Initiator der „Demonstrationspremieren“ im Mai 2011. Die Bewegung kennt keine Anführer und ist in Komitees aufgeteilt, denen sich jeder anschließen kann.“⁶¹

Initiator war Fabio Gadera, ein 26-jähriger arbeitsloser Anwalt, der Mitte Februar eine Gruppe im sozialen Netzwerk Facebook startete, auf deren Internetseite bis Ende Mai über 360.000 mal der “gefällt mir“-Button gedrückt wurde.“⁶²

→ Es wurde ein Manifest als Leitregel formuliert und verbreitet.

⁶¹ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26. S. 19 (Bilder der Woche). Hamburg: Gruner + Jahr

⁶² Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

Vor allem durch die Spanische Presse wurde für die Protestbewegung der Name „*Movimiento 15-M*“ („Bewegung 15. Mai“) etabliert.

In Anlehnung an die Proteste in der Arabischen Welt wird die Bewegung in den internationalen Medien zunächst als „Spanische Revolution“ und später auch als „Europäischen Revolution“ bezeichnet.

Wut und Zorn über die fehlenden Perspektiven bringen lt. *SPIEGEL ONLINE* vom 19.05.2011 die „*indignados*“ („Empörte“) in der Bewegung zusammen, darunter Jugendliche, Studenten, Rentner, Arbeitslose, Einwanderer, Linke und Konservative. Die Proteste griffen auf dutzende andere Städte in Spanien über.⁶³

Unterstützung durch die **(traditionellen) Medien:** Radiostationen berichten von Blog-Einträgen des Deutsch-Spaniers Rafael Eduardo Wefers Verastegui, Fotografen und Zeitungsreporter schlossen sich an. Es gab sogar einen „Live-Ticker“ im Netz, den man für wenige Tage in Deutschland vom Hamburger Newsportal „breakfastpaper“ lesen konnte. Zahlreiche Weblogs entstanden, Filmproduzenten fühlen sich angezogen, die von der Atmosphäre vor Ort berichteten. In Deutschland zeigte beispielsweise der Sender „Freies Neuköln“ einige Dokumentationen über die Protestcamps in Spanien.

Das Manifest der Bewegung wurde über verschiedene Wege und Medien verbreitet, als erstes zitierte der Webblog „spreerblick“ in Deutschland den Anfang des Manifestes, der wie folgt lautet:

„Wir sind normale Menschen. Wir sind wie du: Menschen, die jeden Morgen aufstehen, um studieren zu gehen, zur Arbeit zu gehen oder einen Job zu finden, Menschen mit Familien und Freunden.

Menschen, die jeden Tag hart arbeiten, um denjenigen die uns umgeben eine bessere Zukunft zu bieten.

Einige von uns bezeichnen sich als aufklärerisch, andere als konservativ. Manche von uns sind gläubig, andere wiederum nicht. Einige von uns folgen klar definierten Ideologien, manche unter uns sind unpolitisch, aber wir sind alle besorgt und wütend angesichts der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Perspektive, die sich uns um uns herum präsentiert: die Korruption unter Politikern, Geschäftsleuten und Bankern macht uns hilf- als auch sprachlos.“⁶⁴

⁶³ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁶⁴ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

Die Demonstranten starten verschiedene Aktionen, um auf sich aufmerksam zu machen: Plakate mit dem Motto der Zeltcamps „Nehmt Euch den Platz“ oder „Yes we Camp“ werden in die Luft gehalten, in der Nacht zum Wahlsonntag am 22.05.2011 um 0.00 Uhr klebten sich einige Demonstranten den Mund zu als Symbol eines Stummen Schreis gegen die Regierung/ Gesellschaft, das Wort „Unida“ („Einheit“) wurde auf die Fassaden der Regierungsgebäude in Madrid projiziert.⁶⁵

Am 29. Mai schlägt die Polizei ein Protestcamp gewaltsam unter Einsatz von Schlagstöcken und Gummigeschossen in Barcelona nieder, 200 Menschen hatten dort 12 Tage campiert, davon wurden mehr als 120 verletzt → Doch die Räumung des zentralen Platzes Plaza de Catalunya hielt nicht lange an, am nächsten Tag fand eine erneute Besetzung statt → Es gab eine Live-Übertragung über das Internet und Fernsehen: Auf YouTube wurden Videos von schweren Zusammenstößen hochgeladen und verbreitet!⁶⁶

Behörden/ Administration / Polizei:

Die Behörden kündigten an, dass der Platz „Puerta del Sol“ in Madrid geräumt werden sollte. → Innerhalb von wenigen Stunden kamen 150.000 Unterschriften zusammen und die Behörden ließen die „Räumung“ fallen.⁶⁷

Die Wahlbehörden hatten die angekündigten Demonstrationen verboten, weil die den Ablauf der Wahlen in Gefährdung sahen und die Beeinflussung der Wähler vermeiden wollten⁶⁸

→ Die Demonstranten wollten bleiben und blieben auch. → 20.000 Menschen widersetzen sich dem Verbot.

Folgen / Auswirkungen:

Entstehung einer organisierten Bewegung „Echte Demokratie Jetzt!“ → geführt von 200-300 Menschen mit Pressezentrum, Kinderkrippe, Alkoholverbot, aber keine Hierarchie/keinen Anführer.⁶⁹

Auch über Spanien hinaus gingen Jugendliche auf die Straßen → Auf Facebook wird zur „Europäischen Revolution“ aufgerufen → Am 25. Mai 2011 gingen in **Griechenland** 50.000 Menschen auf die Straße und demonstrierten, Ort: Syntagma Platz in Athen, am 05. Juni

⁶⁵ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁶⁶ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁶⁷ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. *stern* Nr. 22/26. S. 38. Hamburg: Gruner + Jahr

⁶⁸ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁶⁹ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. *stern* Nr. 22/26. S. 38. Hamburg: Gruner + Jahr

2011 waren es wieder 50.000 Griechen, die gegen die Sparmaßnahmen in ihrem Land demonstrierten.

Auch in der **französischen Hauptstadt Paris** auf dem Place de Bastille gab es Demonstrationen, die von der Polizei gewaltsam gelöst wurden

In Spanien war am 08. Juni 2011 endlich ein Kompromiss erreicht: „Am Sonntag, den 12. Juni werden die Menschen der Bewegung das Protestcamp im Rahmen einer „festlichen Großkundgebung“ auflösen.“⁷⁰ Darüber wurde u. a. auch in der ARD berichtet.

Infolge auf die ersten Demonstrationen am 15. Mai erlitten die Regierungsparteien bei den eine Woche später stattfindenden Regionalwahlen eine herbe Niederlage.

Wie bereits oben erwähnt flammten Ende Juli und Anfang August 2011 in Madrid die Proteste neu auf.

Lt. *SPIEGEL ONLINE* vom 29.07.2011 kündigte Spaniens Ministerpräsident Zapatero vorgezogene Neuwahlen für November 2011 an und ergänzte diese Mitteilung um den Hinweis, dass er selbst nicht mehr antreten werde.

Quellen: Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. *stern* Nr. 22/26. S. 38. Hamburg: Gruner + Jahr

4.3 Beispiel 3:

Die „mediale Jagd“ auf Karl-Theodor zu Guttenberg

Karl Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg,

- geboren am 05.12.1971 in München,
- Jurastudium (1992-1999; Abschluss mit Erster Juristischer Staatsprüfung; Note: befriedigend; kein 2. Staatsexamen)
- Politiker,
- Mitglied der CSU (Christlich-Soziale Union in Bayern e. V.),
- Bundestagsabgeordneter (2002-2011),
- Promotion 27.02.2007 (Gesamtnote: *summa cum laude*)

⁷⁰ Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

- Generalsekretär seiner Partei (2008-2009),
- Bundesminister für Wirtschaft und Technologie (2009),
- Bundesminister der Verteidigung (2009-2011)



Abb.8 Portait 2011⁷¹

trat am 01. März 2011 von allen politischen Ämtern zurück. Ursache für den abrupten Fall des in den letzten Jahren als „Shooting- Star“ der deutschen Politik und von einem Teil der Medien und der Bevölkerung bereits als kommenden Bundeskanzler gehandelten Freiherrn war die sogenannte *Plagiatsaffäre Guttenberg*.

Es wird im Folgenden versucht, die mit der Plagiatsaffäre verbundene „Mediale Jagd“ auf zu Guttenberg unter den Aspekten einer sogenannten „Facebook-Revolution“ zu beleuchten.

Zeitpunkt/ Zeitraum:

Am 16.02.2011 wurden erste Vorwürfe, Guttenberg habe große Teile in seiner Dissertation **„Verfassung und Verfassungsvertrag“** nahezu wörtlich aus anderen Veröffentlichungen übernommen, ohne auf diese Quellen zu verweisen oder Zitate zu kennzeichnen. Dieses Aneignen (Diebstahl) von fremdem geistigen Eigentum (Plagiat) führte zur Rücktrittserklärung Guttenbergs am 01.03.2011.⁷²

Ziel / Forderung:

Aberkennung des Dokortitels und Rücktritt als Bundesministers der Verteidigung.

Medien:

Internet

→ **Wie:** „Guttenplag Wiki“ + Facebook

Verschiedene Gruppen und Profile.

Einstellungen sowohl PRO Guttenberg: „Gegen die Jagd auf Karl-Theodor zu Guttenberg“ oder „Wir wollen Guttenberg zurück“ mit dem Politiker als Profilbild.

⁷¹ Wikipedia. (zuletzt geändert am 10.11.2011). *Karl-Theodor zu Guttenberg*.

http://de.wikipedia.org/wiki/Karl-Theodor_zu_Guttenberg, letzter Kontakt 11.12.2011

⁷² SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Guttenbergs Weg in den Rücktritt*. <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011



Abb.9 und 10 Screenshots „Facebook Gruppen“ Karl- Theodor zu Guttenberg

Quelle: Facebook.com → Screenshots (29.11.2011)

Als auch CONTRA Guttenberg:

„Studenten und Akademiker gegen Karl- Theodor zu Guttenberg“ mit dem Schriftzug „Für ehrliche Wissenschaft“ als Profilbild oder „Guttenberg muss gehen“. Die CONTRA- Profile und Gruppen wurden weitgehend auf Facebook gelöscht und existieren nicht mehr.

Auslöser:

Die beiden Rechtswissenschaftler Prof. Andreas Fischer-Lescano (Universität Bremen) und Dr. Felix Hanschmann (Universität Frankfurt a.M.) veröffentlichten in der Süddeutschen Zeitung vom 16.02.2011 Vorwürfe, wonach die Doktorarbeit Guttenbergs „*Verfassung und Verfassungsvertrag. Konstitutionelle Entwicklungsstufen in den USA und der EU*“ an mehreren Stellen „ein dreistes Plagiat“ und „eine Täuschung“ sei.⁷³

Prof. Fischer-Lescano hatte bei der Untersuchung von Guttenbergs Dissertation diverse längere Textpassagen gefunden, die wörtlich –ohne entsprechende Kennzeichnung- aus

⁷³ SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Guttenbergs Weg in den Rücktritt*. <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

anderen Publikationen übernommen waren. Fischer-Lescano kam zu dem Ergebnis, dass die abgeschriebenen Textstellen durch die „gesamte Arbeit und durch alle inhaltlichen Teile“ zögen.

Noch am Tag der Veröffentlichung in der *Süddeutschen Zeitung* äußert sich Guttenberg am 16.02.2011: „Der Vorwurf, meine Doktorarbeit sei ein Plagiat, ist abstrus.“⁷⁴

Initiatoren und Organisatoren der „medialen Jagd“:

Ein Treiber mit dem Tarnnamen „*Plagdoc*“, ein angeblicher Doktorand, und mehr als einhundert „Plagiatsjäger“ fanden sich im Internet zusammen. Die Gruppe bündelte (anonym) auf der Webseite „*Guttenplag Wiki*“ ihre Aktivitäten und forcierte die Jagd auf Guttenberg.⁷⁵

Auswirkungen:

Die Gruppe der Verbündeten arbeitet gründlich und schnell und dokumentierte ihre Nachweise und Beispiele.

Bis zum 20.02.2011 finden die „Plagiatsjäger“ mehr als 260 Seiten in der Guttenbergschen Doktorarbeit, auf denen abgeschrieben worden ist.⁷⁶

In der Folge dauerte es nur wenige Tage, bis Zehntausende Unterschriften, besonders von (jungen) Akademikern, gesammelt werden, die gegen Guttenberg, der zunächst die Vorwürfe zurückwies, und Kanzlerin Angela Merkel, die ihrem Verteidigungsminister beistand, rebellierten und dieses Vergehen nicht akzeptieren wollten.⁷⁷

Bereits kurz nach der Veröffentlichung der Vorwürfe in der *Süddeutschen Zeitung* (16.02.2011) forderte am 18.02.2011 die Universität Bayreuth, die Guttenberg im Mai 2007 den *Grad eines Doktors der Rechte* zuerkannt hatte, den amtierenden Verteidigungsminister zu einer Stellungnahme zu den Plagiatsvorwürfen auf.

Noch am selben Tag (18.02.2011) informiert Guttenberg darüber, dass er bis zur Klärung der Vorwürfe durch die Universität Bayreuth auf seinen Dokortitel verzichten werde.

⁷⁴ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁷⁵ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms.* stern Nr. 22/26. S. 39. Hamburg: Gruner + Jahr

⁷⁶ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁷⁷ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms.* stern Nr. 22/26. S. 39. Hamburg: Gruner + Jahr

Ebenfalls am 18.02.2011 werden erste Strafanzeigen gegen Guttenberg wegen „Verstößen gegen das Urheberrecht und falscher eidesstattlicher Versicherung“ gestellt.⁷⁸

Am 21.02.2011 erklärt der Bundesminister Guttenberg, dass er auf seinen Dokortitel dauerhaft verzichten wolle, aber an seinem Ministeramt festhalten.⁷⁹

Am 23. Februar 2011, d.h. nur eine Woche nach dem Erscheinen des Artikels in der *Süddeutschen Zeitung*, gesteht Guttenberg im Bundestag ein, dass er eine „offensichtlich sehr fehlerhafte Doktorarbeit geschrieben habe“ aber im Amt bleiben wolle.⁸⁰

Am selben Tage (23.02.2011) erkannte die Universität Bayreuth Guttenberg den Doktorgrad wieder ab.⁸¹

„Hunderte Demonstranten gehen gegen den Minister in Berlin auf die Straße, protestieren vor dem Verteidigungsministerium gegen zu Guttenbergs Verbleib im Amt und zeigen ihm symbolisch ihre Schuhe.“⁸²

Immer mehr Politiker aus den eigenen Reihen (CDU und CSU) äußern ihre Bedenken öffentlich, dass Karl-Theodor zu Guttenberg die Werte der Partei verletzt habe.⁸³

Kurz vor dem Rücktritt zu Guttenbergs gibt es einen organisierten Protest: 20.000 Doktoranden, Dozenten und Universitäts-Mitarbeiter beschweren sich in einem offenen Brief an Kanzlerin Merkel über das Verhalten der Regierung⁸⁴

⁷⁸ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁷⁹ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁸⁰ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁸¹ Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Guttenbergs Plagiats-Affäre.* http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-guttenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

⁸² SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Guttenbergs Weg in den Rücktritt.* <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁸³ SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Guttenbergs Weg in den Rücktritt.* <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

⁸⁴ SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Guttenbergs Weg in den Rücktritt.* <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

Berichterstattung in **(traditionellen) Medien**: In sämtlichen Polit-Talkshows wird über das Thema diskutiert und die Tageszeitungen und Wochenmagazine berichten in großem Stil über die Plagiatsaffäre.

Vorläufiges Ende der „medialen Jagd“:

Der „ehemalige Doktor der Rechte“ und amtierende Bundesminister der Verteidigung erklärt am 01. März 2011 den Rücktritt von allen seinen politischen Ämtern.

Guttenberg zieht sich im Sommer 2011 mit seiner Familie auf unbestimmte Zeit in die USA zurück.

Die Plagiatsaffäre Guttenberg löst eine Welle weitere Prüfungen von Doktorarbeiten aus: „Die Initiatoren von *Guttenplag-Wiki* haben knapp 30 Doktorarbeiten vorgeschlagen, die nun ebenfalls untersucht werden sollen - darunter auch die Arbeit von Kanzlerin Merkel (CDU).“⁸⁵ Auch die FDP-Politikerin Silvana Koch-Mehrin wurde mit Plagiatsvorwürfen konfrontiert. Auch ihr wurde - wie Karl-Theodor zu Guttenberg - der Titel aberkannt. Silvana Koch-Mehrin, die Mitglied im Europaparlament ist, gibt ihren Posten ab.

→ Die Diskussionen über dieses Thema ebbten nur sehr langsam ab.

„Guttenbergs Karriere soll verfilmt werden. (...) Der Filmproduzent Nico Hofmann will im kommenden Jahr Aufstieg und Fall des früheren Bundesverteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU) verfilmen.“⁸⁶

Infolge der obengenannten Strafanzeigen gegen Guttenberg (u.a. wegen möglicher Urheberrechtsverstöße) führte die Staatsanwaltschaft Hof ein Ermittlungsverfahren. Am 23.11.2011 gab sie bekannt, dass „bei 23 Textpassagen strafrechtlich relevante Urheberrechtsverletzungen festgestellt wurden“.

Das Verfahren wurde gegen Zahlung von 20.000,- Euro an die *Stiftung Deutsche KinderKrebshilfe* eingestellt.

⁸⁵ Meister, Pia. (25.02.2011). *Handel mit der „Ware Fan“ floriert. Nicht nur Minister Guttenberg möchte bei Facebook gut aussehen. Deshalb bieten professionelle Helfer ihre Dienste an.* WAZ Gelsenkirchen. Auflage 40600. Essen: WAZ Mediengruppe

⁸⁶ SPIEGEL Online. sto/AFP/dpa. (09.10.2011). *Guttenbergs Karriere wird verfilmt.* <http://www.spiegel.de/kultur/tv/0,1518,790760,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

4.4 Auswertung der Beispiele für „Facebook- Revolutionen > Gemeinsamkeiten / Unterschiede

Aus der gewählten Darstellung der drei Beispiele lassen sich viele Parallelen, aber auch einige Unterschiede der „Facebook- Revolutionen“ ableiten. Die folgende Tabelle versucht einen fundierten Vergleich der drei Beispiele aufzuzeigen, um anschließend auf dieser Basis die Erkenntnisse zusammen zu fassen und zu resümieren.

Tabelle 2

Kriterien	Beispiel 1 „Tunesien“	Beispiel 2 „Spanien“	Beispiel 3 „Guttenberg“	Gemeinsamkeiten	Unterschiede
relevante Zeiträume	<u>4 Wochen</u> (bis zur Flucht des Präsidenten Ben Ali)	<u>4 Wochen</u> (bis zum Abbau des Protestcamps; Wahlniederlagen der Regierungsparteien)	<u>2 Wochen</u> (bis zum Rücktritt Guttenbergs)	- alle Vorgänge fanden von Ende 2010 bis Mitte 2011 statt - sehr kurze Zeitspannen vom Beginn der Proteste bis zu ersten nachhaltigen Ergebnissen u. Veränderungen	
Auslöser / Hauptursachen	- Ungerechtigkeiten im politischen/ sozialen u. gesellschaftlichen System (Schere „arm / reich“; „oben / unten“) - Arbeitslosigkeit - Perspektivlosigkeit	- Ungerechtigkeiten im politischen/ gesellschaftlichen System - hohe Jugend-Arbeitslosigkeit - Perspektivlosigkeit - Sparzwänge infolge der Finanzkrise	- Plagiatsvorwürfe in der Guttenbergschen Doktorarbeit	Tunesien und Spanien: Verfehlungen des gesellschaftlichen Systems; soziale Ungerechtigkeiten	Guttenberg: Verfehlungen einer Einzelperson
mediale „Werkzeuge der Revolutionen“	<u>Internet:</u> - Soziale Netzwerke: (Facebook, Twitter); - Blogs; - Youtube	<u>Internet:</u> - Soziale Netzwerke: (Facebook, Twitter); - Blogs; - Youtube	<u>Internet:</u> - Soziale Netzwerke: (Facebook, Twitter); - Blogs	- schnelle Informationswege - breite Verteilung der Informationen - hohe Verfügbarkeit - einfacher Zugang für die <i>User</i>	<u>Tunesien:</u> - Versuche des Regimes die freien Internetwege zu stören - Gegenberichterstattung in

	(Videoportal) - E- Mails <u>Mobiltelefone</u> - SMS, Videos <u>Unabhängige Fernseh-sender:</u> - Al Dschasira (engl.: Al Jazeera)	(Videoportal) - E- Mails <u>Mobiltelefone</u> - SMS, Videos <u>Fernseh-sender Radiostationen Printmedien</u>	<u>Fernseh-sender Radio-stationen Printmedien</u>	- hohe Authentizität der <i>Blogger</i> - hoher Mobilisierungsgrad - Beweisführung durch visuelle Belege (Videos) - Solidarität der unabhängigen, traditionellen Medien mit den „neuen“ Netzwerken	staatlich kontrollierten Radio- und Fernsehsendern - „Informationskrieg“
Regionale Zentren	- Hauptstadt Tunis - Ausweitung über alle größeren Städte	- Hauptstadt Madrid - Ausweitung über ca. 50 größere Städte	- Hauptstadt Berlin	- Startphasen in den Metropolstädten mit der größten Bevölkerungsdichte und höchsten Mobilisierungspotentialen	
Initiatoren Organisatoren / Blogger	- junge Menschen mit höherem Bildungsgrad - größere Bevölkerungsgruppen mit politischen und/ oder religiösen Ambitionen	- junge Menschen mit höherem Bildungsgrad aus der Mittelschicht - kleinere politische (Rand-) Gruppen	- wissenschaftliche „Eliten“, - Lobbyisten, - politisch motivierte Gruppen (Opposition), - Studenten, - Doktoranden, - Journalisten	- viele Aktivisten der Protestbewegungen gehören zur jüngeren Generation, - sind vertraut im Handling mit den Neuen Medien (Internet) - sind User der Sozialen Netzwerke (Facebook, Twitter) - verfügen über die notwendige Hardware (PC, Laptop, Smartphone) - kommunizieren für jederman verständlich - belegen ihre Protestgründe, Erfolge visuell (Videos über Youtube)	Die breiteste Protest-Plattform hat die Bewegung in Tunesien, weil die Ungerechtigkeiten im Lande nahezu alle Bevölkerungsgruppen betrafen. An zweiter Stelle Spanien und dann Deutschland.
Anführer der Bewegung	- keine Einzelpersonen - Bewegung geht „vom Volk“ aus	- keine Einzelpersonen - Bewegung geht von Interessensgruppen aus	- keine Einzelpersonen - Bewegung geht von Interessensgruppen aus	Es gibt zwar „Cyberheroes“ der „Facebook-Revolutionen“ (z.B. Blogger) aber keine eindeutigen Führer für die inhaltlichen, politischen Themen und Veränderungen	

Emotionen	<ul style="list-style-type: none"> - Wut, - Empörung, - Volkszorn, - Hass 	<ul style="list-style-type: none"> - Wut, - Empörung, - Zorn 	- Empörung	<ul style="list-style-type: none"> - rationale Sachverhalte („Fehler in den Systemen“) werden sehr stark emotionalisiert 	Emotionale Eskalationsstufen: <ul style="list-style-type: none"> - Guttenberg > unten - Spanien > mitte - Tunesien > oben
Reaktionen der Obrigkeit (Regime, Regierungen)	<ul style="list-style-type: none"> - überrascht vom Ausmaß und der Geschwindigkeit der Proteste, - hilflos, - gewaltsam, - Verhaftungen - Versuche gegen die Internetaktivisten vor zu gehen durch Sperrung von Facebook-Profilen 	<ul style="list-style-type: none"> - überrascht vom Ausmaß und der Geschwindigkeit der Proteste, - hilflos, - hohe Polizeipräsenz - kompromissbereit → keine weitere Räumung 	<ul style="list-style-type: none"> - abwartend, - zunächst kurzfristig solidarisch mit Guttenberg, - dann schnell distanziert 	Hilflosigkeit wegen der fehlenden Erfahrungen mit den „Cyber Revolutionären“ und der „tzunamiartigen“ Ausweitung der Bewegungen	Eskalationsstufen: <ul style="list-style-type: none"> - Guttenberg > unten - Spanien > mitte - Tunesien > oben (Informationskrieg/ Gewalt)

5.0 Zusammenfassung

Mein Fazit

Mein Ausblick

Wie der Vergleich der drei Beispiele zeigt, gibt es unterschiedliche Auslöser, Abläufe, Vorgehensweisen und Auswirkungen von „Facebook- Revolutionen“. Obwohl die ausgewählten Beispiele in verschiedenen Ländern mit differenten Regierungsformen und Ursachen stattgefunden haben, gibt es durchaus Parallelen und Ähnlichkeiten in der Organisation und den Abläufen der drei Revolutionen.

Die These, dass ohne das Internet eine so schnelle Organisation und Durchführung der Proteste nicht möglich gewesen wäre, wurde durch den Vergleich bestätigt.

Das Medium Internet ist noch relativ jung (siehe Punkt 2.6) und auch den - auf Basis des *world wide web* generierten Sozialen Diensten - gelang erst in den letzten Jahren der Durchbruch bis hin zu einem globalen *Hype* (siehe Punkt 3.0) mit beispielweise aktuell rund 800 Millionen Facebook- Usern.

Es ist umso bemerkenswerter, welche Geschichten hinter den schier unglaublich rasanten Entwicklungen stehen. So wurde das Internet in nur rund 15 Jahren zum Hochgeschwindigkeitsnetz mit dem wir telefonieren, einkaufen, fernsehen, Musik hören, uns selbst darstellen, Freunde und Gleichgesinnte finden und sämtliche Informationen beschaffen können. Zudem sind das Internet und seine Dienste zu einem enormen Wirtschaftsfaktor geworden; es konnten hunderttausende Arbeitsplätze geschaffen und weltweite Umsätze *via web* in Milliarden- Euro- Größenordnungen ermöglicht werden.

Ob das Internet und dabei speziell die Plattformen der Sozialen Dienste, Revolutionen initiieren und nachhaltige Veränderungen in den Gesellschaftssystemen durchsetzen können, wurde in dieser Arbeit an drei Beispielen für sogenannte „Facebook- Revolutionen“ beleuchtet (siehe Punkt 4.0).

Die Sichtweise und die Wertung der Medien und besonders von Internet- Aktivisten selbst, wie zum Beispiel Bloggern, ist dabei eindeutig: „Die Revolution begann auf Facebook“ titelte Stern Online (Autor: Caspar Schlenk) am 09. Sept. anlässlich des *Sanssouci Colloquium 2011*, einer internationalen Medienkonferenz in Potsdam.

Der immense Gebrauch von sozialen Netzwerken ist auf den folgenden Grafiken zu erkennen:



Abb.11 Abbild der Kommunikationsströme der Internetplattform Facebook

Erklärung: „Dies ist keine Nachtaufnahme der Erde aus dem All, sondern ein Abbild der Kommunikationsströme der Internetplattform Facebook. Mehr als 800 Millionen Menschen* nutzen mittlerweile dieses soziale Netzwerk, um mit Freunden zu plaudern oder Trends zu verfolgen. Die vom Unternehmen selbst stammende Karte zeigt: Chinas Internetnutzer sind

fast abgeschnitten, an weiten Teilen Russlands, Brasiliens und Afrikas rauschen die Informationsflüsse vorbei. Leuchttürme in der Dunkelheit sind etwa Tunesien und Ägypten, wo die Menschen ihre Diktatoren stürzen.“⁸⁷

*(an aktuelle Nutzerzahl angepasst)

„Philosophen des Internets sprechen angesichts einer solchen Teamarbeit, die im Netz entsteht, Menschen mitreißt, die weitere Menschen mitreißt, und mitunter am Ende die reale Welt auf den Kopf stellt, vom Phänomen des Schwarms. Aus dem Moment heraus sammeln sich Nutzer, die zusammen für eine Sache streiten. Der Schwarm kennt keine Rangstufen und allenfalls für kurze Zeit Anführer, er organisiert sich selbst.“⁸⁸

Doch Facebook selbst löst keine Revolution aus. Aber dort, wo revolutionäres Potential vorhanden ist, funktionieren und greifen die sozialen Dienste. Beispielsweise bei den Umstürzen in der arabischen Welt wirken die sozialen Netzwerke „wie Brandbeschleuniger. Sie gaben den Menschen das Gefühl, gehört zu werden; sie ließen die Menge anschwellen, sodass sich bald die Ängstlichen anschlossen.“⁸⁹

Der Begriff „Facebook- Revolutionen“ steht also zu Recht in Anführungszeichen. Denn ganz genau genommen wird er von Massenmedien benutzt und verbreitet, ist aber im Grunde genommen falsch und irreführend. Denn „Kommunikationstools sind Verstärker, nicht Auslöser sozialer Interaktion.“⁹⁰

Weitere Erläuterungen hierzu gibt es im nachfolgenden Fazit.

⁸⁷ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26 Hamburg: Gruner + Jahr

⁸⁸ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26 Hamburg: Gruner + Jahr

⁸⁹ Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schönert, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26 Hamburg: Gruner + Jahr

⁹⁰ Kappes, Christoph. (14.02.2011). *Die „Facebook-Revolution“ – Gedanken zum Einfluss des Internets auf politische Umbrüche*. <http://carta.info/38129/die-facebook-revolution-gedanken-zum-einfluss-des-internets-auf-politische-umbrueche/>, letzter Kontakt 11.12.2011

Mein Fazit

Aus meiner Sicht hatten und haben die Sozialen Dienste wesentliche, sehr wichtige Funktionen erfüllt, die letztlich zum Erfolg der drei beispielhaften „Facebook- Revolutionen“ in Tunesien, Spanien und Deutschland (Guttenberg) geführt haben.

Wie bereits mehrfach erwähnt, treffen die Beschreibungen wie „mediale Werkzeuge“ oder „Säulen“ oder „Plattformen“ oder „Brandbeschleuniger“ des Protestes, die Rolle des Internets und der Dienste meines Erachtens nach richtiger, denn das *world wide web* selbst hat keine eigenen revolutionären Potentiale.

Facebook, Twitter, Youtube u.a. haben sich als excellent geeignete Vehikel erwiesen, Menschenmassen sehr schnell zu erreichen, diese zu mobilisieren und deren Protestaktionen zu steuern, zu dokumentieren und zu verbreiten.

Sogenannte „Facebook- Revolutionen“ zu propagieren, war und ist aus meiner Sicht eine (zugelassene) Reduzierung der Medien und der Internet- Aktivisten auf einen „griffigen“, „schlagzeilentauglichen“ Terminus zur Umschreibung sehr komplexer Zusammenhänge.

Trotz vieler Übereinstimmungen in der drei Fallbeispielen (siehe Punkt 4.4) bleiben bei jeder Protestbewegung individuelle Unterschiede. Auf die Ursachen und die Auslöser von Protestbewegungen hat das Internet keinen direkten Einfluss - gleiches gilt für die Motive der Demonstranten und deren Bereitschaft zur Zusammenarbeit.

Aus meiner Sicht hätten die Revolutionen der drei Beispiele möglicherweise auf eine längere Sicht und mit Abstrichen auch ohne das Internet Aussichten auf Erfolg gehabt. Allerdings hätten sich diese Erfolge nicht in so extrem kurzen Zeiträumen und mit den hohen Mobilisierungsgraden erzielen lassen (siehe Punkt 4.4). Zudem wäre die ermutigende Signalwirkung auf andere potentielle Protestbewegungen ausgeblieben.

Ohne das Internet, die Sozialen Dienste und die erfolgreichen „Facebook- Revolutionen“ wären meines Erachtens nach notwendige Veränderungen, Reformen oder die Beseitigung von Ungerechtigkeiten in unterschiedlichsten Regionen erst Jahre oder Jahrzehnte später möglich gewesen.

Mein Ausblick

Die nahezu „unbegrenzten“ Möglichkeiten des *world wide web* stehen (leider) nicht nur Aufständischen als Werkzeuge zur Beseitigung von Missständen zur Verfügung - sondern auch Despoten und Unterdrückern.

Aus meiner Sicht ist zu befürchten, dass sich die Überraschungseffekte in den ersten sogenannten „Facebook- Revolutionen“ zukünftig relativieren werden, weil auch die jeweilige Gegenseite lernen wird, dass Internet, effizienter als bisher, für die eigenen Interessen zu nutzen und/ oder diese Wege auszuschalten („Informationskrieg“).

Die erkennbare Hilflosigkeit der Obrigkeit in den Fallbeispielen im Umgang mit der „Cyber- Opposition“ wird nicht dauerhaft anhalten - man wird möglicherweise strategische Gegenmittel entwickeln.

Es bleibt dennoch zu hoffen, dass den „Guten“ auch zukünftig innovative Lösungen zur friedlichen Nutzung des Internet einfallen und sie den „Bösen“ immer eine Nasenspitze voraus bleiben.

Ein weiterer kritischer Aspekt für die zukünftige Entwicklung des Internets und seiner Dienste hängt unmittelbar mit der massiv zugenommen Kommerzialisierung des *world wide web* zusammen. Meines Erachtens nach gilt es zu verhindern, dass z.B. große Unternehmen oder Staaten Monopole im Zugang zu Diensten und/ oder Informationen aufbauen und installieren können.

Nur ein für alle Nutzer freies Medium Internet wird mit seinen Diensten helfen können, unsere Welt in kleinen oder größeren Bereichen etwas lebenswerter zu machen.

Literaturverzeichnis:

Bücher:

Bösch, Frank. (2011). *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, Frankfurt am Main: Campus Verlag

Aus zweiter Hand in diesem Buch:

Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus **McDermott** (2006:85) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.29. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus **Hofmeister-Hunger** (1994:265-269) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.96f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus **Anderson** (1993:27,45) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.96f. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus **Koch/Morat** (2003:19f) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.99. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Bösch, Frank. (2011). Zitiert aus **Abramson** (2002) *Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Band 10, S.211. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Möller, Erik. (2006). *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. 2. Erweiterte und aktualisierte Auflage. Hannover:Heise

Böhn, A., Seidler, A. (2008). *Mediengeschichte. Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag (gnv)

Kirkpatrick, David. (2011). *Der Facebook-Effekt. Hinter den Kulissen des Internet-Giganten*. Aus dem amerikanischen von Karsten Petersen. München: Carl Hanser Verlag

Zeitungen und Zeitschriften:

Barth, R., Lemm, K., Liedtke, D., Ochmann, F., Schöner, U./Recherche: Platsch, B. (26.05.2011). *Die Macht des Schwarms*. stern Nr. 22/26 Hamburg: Gruner + Jahr

FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. (13.08.2011). *Schalcker Kreisel, Offizielles Vereinsmagazin*. Saison 2011/2012, Nr.01. Gütersloh: Mohn media Mohndruck GmbH

Lehnen, Eva (April 2011). *Vom Blogger zum Staatssekretär*. NEON. Ausgabe April 2011. Hamburg: Gruner + Jahr

Meister, Pia. (25.02.2011). *Handel mit der „Ware Fan“ floriert. Nicht nur Minister Guttenberg möchte bei Facebook gut aussehen. Deshalb bieten professionelle Helfer ihre Dienste an*. WAZ Gelsenkirchen. Auflage 40600. Essen: WAZ Mediengruppe

Internetquellen:

Bitkom. (23.10.2009). *Die wichtigste Erfindung - So ist das Internet entstanden*. <http://www.pressemitteilungen-online.de/index.php/die-wichtigste-erfindung-so-ist-das-internet-entstanden/>, letzter Kontakt 28.11.2011

Bitkom. (31.05.2011). *Markt für Internetzugänge legt zu*. http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64042_68195.aspx, letzter Kontakt 30.11.2011

Julian Grandke. (18.08.2011). *Social Media Geschichte als kurze Zusammenfassung*. <http://juliangrandke.de/socialmedia/social-media-geschichte-als-kurze-zusammenfassung-infografik/>, letzter Kontakt 28.11.2011

LinkedIn. (ständige Aktualisierung). *Pressebereich. Über uns*. <http://de.press.linkedin.com/about>, letzter Kontakt 28.11.2011

dpa. (29.11.2011) *Facebook peilt Rekord-Börsengang an*. http://wirtschaft.t-online.de/facebook-peilt-rekord-boersengang-an/id_51883792/index, letzter Kontakt 30.11.2011

Echte Demokratie Jetzt! (10.07.2011). *story 15M*. <http://www.echte-demokratie-jetzt.de/story-15m/>, letzter Kontakt 29.11.2011

SPIEGEL Online (März 2011). *Chronologie der Plagiatsaffäre: Gutenbergs Weg in den Rücktritt*. <http://www.spiegel.de/flash/0,5532,25408,00.html>, letzter Kontakt 29.11.2011

Focus Online. dpa. (23.11.2011). *Wissenschaft. Chronologie: Gutenbergs Plagiats-Affäre*. http://www.focus.de/wissen/wissenschaft/wissenschaft-chronologie-gutenbergs-plagiats-affaere_aid_687242.html, letzter Kontakt 04.12.2011

SPIEGEL Online (31.01. 2011). *Demokratie. Die Revolution, die keine war*. <http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,742430,00.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

SPIEGEL Online. (19.05.2011) *Fotostrecke*. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-68221-4.html>, letzter Kontakt 11.12.2011

Kappes, Christoph. (14.02.2011). *Die „Facebook-Revolution“ – Gedanken zum Einfluss des Internets auf politische Umbrüche*. <http://carta.info/38129/die-facebook-revolution-gedanken-zum-einfluss-des-internets-auf-politische-umbrueche/>, letzter Kontakt 11.12.2011

blog.taz.de. Foto von Karim El-Gawhary. (17.02.2011). *Paar gehend vor Panzer*. <http://blogs.taz.de/arabesken/tag/demonstrationen/>. Letzter Kontakt 11.12.2011

Wikipedia: lediglich hard facts benutzt

Wikipedia. (zuletzt geändert am 05.12.2011). *Arabischer Frühling*. http://de.wikipedia.org/wiki/Arabischer_Fr%C3%BChling. Letzter Kontakt 05.12.2011

Wikipedia. (zuletzt geändert am 10.11.2011). *Karl-Theodor zu Guttenberg*. http://de.wikipedia.org/wiki/Karl-Theodor_zu_Guttenberg, letzter Kontakt 11.12.2011

Anhang

„Internetvokabular“ – Begriffserklärungen

Blog, Blogger, bloggen

„Ein **Blog** oder auch **Web-Log**, engl. Wortkreuzung aus engl. *World Wide Web* und Log für Logbuch, ist ein auf einer Website geführtes und damit - meist öffentlich - einsehbares Tagebuch oder Journal, in dem mindestens eine Person, der **Web-Logger**, kurz **Blogger**, Aufzeichnungen führt, Sachverhalte protokolliert oder Gedanken niederschreibt.“

Bloggen ist das dazugehörige Verb.

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 25.11.2011).

Blog.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Twitter, twittern

(englisch: **Gezwitscher**) ist eine Kommunikationsplattform oder auch soziales Netzwerk. Es wird häufig auch als öffentliches einsehbares Tagebuch im Internet definiert, das von Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen etc. zur Verbreitung von kurzen Textnachrichten im Internet genutzt wird.

Es ist eine Form des Mikroblogging (Form des Bloggens), bei der die Benutzer kurze, SMS-ähnliche Textnachrichten verfassen können. Twitter wurde im März 2006 gegründet.

Das dazugehörige Verb ist **twittern** (engl. zwitschern).

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 02.12.2011).

Twitter.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Twittertweets

„Die Beiträge selbst werden als „Tweets“ (englisch *to tweet* = *zwitschern*) oder „Updates“ bezeichnet. Das referenzierte Wiederholen eines Beitrages einer anderen Person, um beispielsweise eine Eilmeldung im Netzwerk schnell weiterzuverbreiten, wird als „ReTweet“ bezeichnet. Das soziale Netzwerk beruht darauf, dass man die Nachrichten anderer

Benutzer abonnieren kann. Autoren werden als „Twitterer“, seltener als „Tweeps“ bezeichnet; Leser, die die Beiträge eines Autors abonniert haben, werden als „Follower“ (englisch *to follow* = *folgen*) bezeichnet.“

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 02.12.2011).

Twitter.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Letzter Kontakt 03.12.2011

YouTube

„**YouTube** (...) ist ein Internet-Videoportal mit Sitz in San Bruno, Kalifornien, auf dem die Benutzer kostenlos Video-Clips ansehen und hochladen können.“

Das Unternehmen wurde im Februar 2005 gegründet.

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 03.12.2011).

YouTube.

<http://de.wikipedia.org/wiki/YouTube>. Letzter Kontakt am 03.12.2011

Postings, posten

„**Posting** bezeichnet ursprünglich eine Mitteilung innerhalb einer Newsgroup (Nachrichtengruppe) im Usenet (*Unix **User Network*** – engl. „*Netzwerk für die Benutzer von Unix*“) ist ein weltweites, elektronisches Netzwerk, das Diskussionsforen (so genannte „Newsgroups“) aller Art bereitstellt und an dem grundsätzlich jeder teilnehmen kann. Der Teilnehmer verwendet dazu üblicherweise einen Newsreader).

Mittlerweile werden auch Beiträge in Webforen oder Blogs unter dem Begriff „Postings“ eingeordnet.

Posten ist das dazugehörige Verb.

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 03.09.2011).

Postings.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Posting>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Und Wikipedia. (zuletzt geändert am 27.11.2011).

Usenet.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Usenet>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Tool(s)

Tool (engl. ‚Werkzeug‘) bezeichnet:

- allgemein ein Werkzeug
- speziell ein "PC-Werkzeug" (*PC-Tool*), kleines Computerprogramm, oft Dienstprogramm

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 31.08.2011).

Tool.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Tool>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Liken

Liken ist ein Verb, das vom Englischen to like = mögen kommt.

Bedeutung: Einen Artikel, ein Foto oder einen Beitrag auf Facebook mit einem Klick auf den Like-Button für gut befinden; zu deutsch: Gefällt-Mir-Button.

Beispiel: Ich bin gespannt, wieviele meinen letzten Link liken.

Quelle: DUDEN. (kein Datum). *Neues Wörterbuch der Szenesprachen*.

Liken.

<http://szenesprachenwiki.de/definition/6445/>. Letzter Kontakt 03.12.2011

Feed, Newsfeed (auf Facebook bezogen)

Feed (englisch *feed* „Einspeisung“, „Zufuhr“) oder Newsfeed.

Es handelt sich hierbei um die Reihenfolge der Statusupdate (Statusaktualisierungen) Facebook. Die wichtigsten Nachrichten (Top Stories) werden im Facebook Newsfeed ganz oben angezeigt.

Quelle: stern.de (21.11.2011).

Facebook ändert Newsfeed.

<http://www.stern.de/digital/computer/facebook-aendert-newsfeed-1730313.html>.

Letzter Kontakt 03.12.2011

GuttenPlag Wiki

„Das **GuttenPlag Wiki** ist ein am 17. Februar 2011 gegründetes offenes Wiki, dessen Mitarbeiter Plagiate – die Übernahme von Textpassagen und Zitaten aus anderen Arbeiten ohne Quellenangaben – in der Dissertation *Verfassung und Verfassungsvertrag* des CSU-Politikers Karl-Theodor zu Guttenberg sowie in weiteren seiner Veröffentlichungen dokumentieren. Diese Arbeit hatte erheblichen Anteil am Verlauf der Plagiatsaffäre Guttenberg und trug zu seinem Rücktritt von seinen politischen Ämtern am 1. März 2011 bei.“

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 24.11.2011).

GuttenPlag Wiki.

http://de.wikipedia.org/wiki/GuttenPlag_Wiki, letzter Kontakt 03.12.2011

User

Aus dem Englischen: Nutzer, Anwender, Verwender, Benutzer

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 28.07.2011).

User.

http://de.wikipedia.org/wiki/GuttenPlag_Wiki, letzter Kontakt 05.12.2011

Screenshot

„Unter einem **Screenshot** engl. einer *Bildschirmkopie* oder *Bildschirmfotografie*, früher auch *Bildschirmabzug* oder *Hardcopy*, versteht man in der EDV das Abspeichern oder die Ausgabe des aktuellen graphischen Bildschirminhalts als Rastergrafik. Die abgespeicherte Grafik selbst wird ebenfalls *Screenshot* oder *Bildschirmfoto* genannt. Das Abspeichern erfolgt typischerweise in eine Datei oder die Zwischenablage.“

Quelle: Wikipedia. (zuletzt geändert am 03.12.2011).

Screenshot.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Screenshot>, letzter Kontakt 13.12.2011

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname